**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dan menjalankan seluruh aktivitasnya sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi maupun masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia berinteraksi dengan sesamanya. Oleh karena itu, manusia tidak dapat menghindari dari suatu tindakan yang disebut komunikasi. Didasari atau tidak, komunikasi merupakan dari bagian kehidupan manusia itu sendiri.

Dalam kehidupannya, manusia senantiasa terlibat dalam aktivitas komunikasi. Manusia mungkin akan mati, atau setidaknya sengsara manakala dikucilkan sama sekali sehingga ia tidak bisa melakukan komunikasi dengan dunia sekelilingnya. Oleh sebab itu komunikasi merupakan tindakan manusia yang lahir dengan penuh kesadaran, bahkan secara aktif manusia sengaja melahirkannya karena ada maksud atau tujuan tertentu.

Komunikasi dikatakan berhasil jika terjadi kesepahaman antara komunikan dan komunikator, sehingga tujuan utama dari proses komunikasi dapat tercapai. Komunikasi yang efektif adalah Cara yang benar dalam bersikap, penyampaian, dan pengucapan yang digunakan seseorang dalam menyampaikan pesan dan keinginan kepada orang lain sehingga tujuan utama dapat tercapai. Saat kita berhubungan atau berbicara dengan orang lain, sikap tentunya akan selalu diperhatikan oleh orang lain, misalnya saat kita meminta sesuatu kepada orang lain apakah dengan cara yang lembut, kasar, memaksa dan lain sebagainya, sikap tersebut tentu akan berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi apakah akan tercapai tujuan komunikasi tersebut. Komunikasi efektif juga dipengaruhi oleh cara penyampaian dan pengucapan, dengan cara penyampaian dan pengucapan yang baik serta jelas akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan komunikasi, karena mempunyai maksud baik saja disini belum cukup, akan tetapi pesan tersebut harus disampaikan dengan cara-cara tertentu dan pengucapan yang baik pula, misalnya agar tidak terjadi ketersinggungan, membuat salah tafsir dan lain-lain. Prinsip dalam berkomunikasi adalah mempengaruhi orang lain agar mau berfikir, bersikap, dan mau bertindak sesuai keinginan kita.

Disamping itu, komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya. Komunikasi membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendak, sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas.

Komunikasi tidak hanya terjadi antara dua orang atau lebih dan hanya pada lingkungan masyarakat sekitar akan tetapi komunikasi juga terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang dilakukan oleh pemimpin dengan karyawan atau karyawan dengan sesama karyawan. Komunikasi dalam organisasi atau komunikasi internal sangat penting dilakukan karena hubungan yang baik atau komunikasi yang baik antara publik internal dapat meningkatkan kinerja para karyawan sehingga segala pekerjaan akan dikerjakan dengan baik.

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, ada dua jenis komunikasi yaitu komunikasi eksternal dan komunikasi internal. Komunikasi eksternal yaitu komunikasi yang terjadi dengan orang-orang diluar perusahaan seperti *costumer* dan lain-lain. Sedangkan komunikasi internal yaitu komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang terlibat langsung dengan organisasi atau perusahaan tersebut seperti para pemegang saham, karyawan, pemimpin dan lain-lain. *Public internal* sangat berperan penting dalam kesukseskan sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga agar organisasi atau perusahaan sukses perlu komunikasi internal yang baik.

Komunikasi internal adalah pertukaran pesan yang dilakukkan antar sesama orang yang terlibat dalam satu organisasi atau perusahaan, komunikasi internal sangat di butuhkan untuk meningkatan kinerja dan management perusahaan, Komunikasi internal dapat dilakukan secara langsung (lisan) maupun tidak langsung (tulisan dalam surat, e-mail, papan pengumuman, bulletin). Komunikasi internal sebaiknya dilaksanakan dengan berbagai metode untuk menjamin sampai dan dipahaminya informasi tersebut kepada seluruh karyawan.

Karyawan atau pekerja merupakan aset yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Karyawan itu sendiri dalam prakteknya sangat terkait dengan status dan kedudukan antara satu sama lainnya yang memiliki perbedaan-perbedaan yang cukup menyolok, misalnya dapat di lihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, gaji, usia dan sebagainya.

Komunikasi internal dapat dipahami sebagai pondasi dan bangunan dari sebuah kultur perusahaan. Kultur perusahaan menentukan atmosfer kerja dalam sebuah perusahaan berdasarkan nilai-nilai, misi perusahaan, dan proses kerja. Ketika seluruh anggota perusahaan telah memegang nilai-nilai yang sama, memahami pedoman kerja dan misi perusahaan secara mendetail, maka kultur perusahaan akan lebih secara nyata memberikan kontribusi bagi perkembangan suatu perusahaan. Dengan adanya kultur perusahaan yang telah dipegang teguh akan sangat mendukung adanya komunikasi internal yang baik dalam perusahaan, maka dalam prosesnya mencapai tujuan utama perusahaan pun menjadi lebih efektif.

Selain itu komunikasi internal yang baik dalam sebuah perusahaan mencakup efektivitas komunikasi antar berbagai pihak dalam perusahaan, baik pemegang saham, karyawan senior mau pun junior, mau pun karyawan magang dengan pemahaman penuh akan kultur perusahaan yang ada. Hal ini akan memberikan dampak pada kecepatan dan ketepatan kerja bagi suatu perusahaan. Berikut adalah dampak positif yang dapat diperoleh perusahaan secara rinci. Selain itu keefektivitasan komunikasi internal dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan di perusahaan atau organisasi tersebut.

Tujuan komunikasi internal yaitu agar terbiunanya hubungn baik dengan *public internal* yaitu untuk menciptakan hubungan baik yang harmonis, dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama diantara orang-orang yang menjadi bagian dari sebuah organisasi, instansi atau perusahaan serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi dengan mendapatkan kepuasan dari hasilnya.Selain itu tujuan dibinanya hubungan public internal yaitu untuk mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan perusahaan atau organisasi tersebut.

Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Karyawan merupakan salah satu aset terpenting bagi perusahaan untuk menjamin tercapainya tujuan perusahaan. Pada saat seseorang akan memasuki lingkungan kerja, maka secara otomatis karyawan akan terikat dan mengikatkan diri pada perjanjian yang ada, perjanjian tersebut berupa lisan dan juga tulisan, sehingga karyawan diwajibkan untuk mematuhi perjanjian yang telah disepakati bersama. Sehubungan dengan hal ini, maka pembinaan karyawan harus terus menerus diupayakan, agar timbul suatu motivasi kerja yang tinggi yang berpengaruh pada peningkatan kinerja karyawan.

Adanya motivasi yang tinggi akan membuat karyawan dapat lebih giat bekerja dalam menjalankan suatu pekerjaannya. Tingkat kinerja karyawan dalam perusahaan dapat bersumber dari berbagai hal seperti upah atau gaji karyawan yang dianggap penting sebagai faktor utama, tidak hanya gaji saja yang dibutuhkan oleh karyawan tetapi faktor untuk memperoleh rasa aman, hubungan yang baik antara atasan dan bawahan, dan dukungan untuk memenuhi harapan.

Salah satu faktor yang mendukung peningkatan kinerja karyawan adalah dengan cara menjalin hubungan yang baik (good relationship) dan komunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain.

Lebih spesifik peneliti akan melakukan penelitian di PT. Lembaga Elektronika Nasiona (LEN). PT. Len merupakan salah satu perusahaan BUMN yangbergerak dibidang elektronik, yang tentunya dalam menjalankan operasionalnya memerlukan karyawan yang berkualitas dan harus memiliki kinerja yang sangat baik. Namun dalam hal tersebut tetap saja mendapatkan permasalahan yang sangat berkaitan dengan menurunnya kinerja pegawai pada perusahaan tersebut. Dimana pada setiap perusahaan akan memiliki cakupan permasalah dan keberhasilan dalam mengatasi dan menyelesaikan sebuah permasalahan yang ada pada perusahaan.

Tidak jelasnya informasi yang didapat oleh karyawan, seringkali menjadi penyebab timbulnya ketidak harmonisan dalam system kerja di PT. Len. Banyaknya variasi kerja, bermacamnya latar belakang pendidikan, adanya spesialisasi kerja dan bermacamnya tingkat ataupun level kerja karyawan menciptakan besarnya kesalah fahaman di dalam diri karyawan yang berbeda padahal pesan yang diterima tersebut merupakan pesan yang sama.

Selain itu, tingkat kejenuhan dan stress yang tinggi diantara karywan, beredanya informasi yang belum tentu kebenarannya yang menyangkut kenyamanan dan keamanan karyawan, menjadi salah satu masalah yang harus ditangani oleh humas internal suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penjajagan yang dilakukan peneliti pada karyawan PT. Len Industri (persero), terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Sering terjadinya kesalahpahaman antar karyawan dalam bekerja, contoh : ketika ada kunjungan kerja sering terjadi bentrok waktu kunjungan dan tempat yang dipakai.
2. Banyak karyawan yang sering terlambat masuk kerja, contoh : peraturan masuk bekerja di PT. Len adalah pukul 07.30 WIB akan tetapi banyak karyawan yang dapang untuk bekerja pada jam 08.00 sampai 09.00.

Permasalahan diatas diduga disebabkan oleh adanya hal-hal sebagai berikut :

1. Kurangnya kerjasama antara karyawan dalam menangani pekerjaan sehingga kesalahpahaman kerap sering terjadi.
2. Perusahaan kurang tegas dalam menegakkan peraturan sehiungga banyak karyawan yang kurang disipling.

Fenomena di atas dapat mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan sehingga dapat merugikan perusahaan. Jika hal tersebut terus menerus terjadi dapat mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Tentu seorang pemimpin harus mampu untuk mengembalikan dan mengetahui apa penyebab berkurangnya kinerja karyawannya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti berusaha mengangkat permasalahan ini dengan judul **“FUNGSI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI PT. LEN INDUSTRI”**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, , maka peneliti mengidentifikasikan yang menjadi pokok masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len ?
2. Hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len?
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len?
	1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fungsi komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT. Len, maka peneliti mengimpulkan bahwa penelitian ini memiliki tujuan :

1. Untuk mengetahui fungsi komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang terjadi dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len
3. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len
	1. **Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta gambaran khususnya untuk praktisi humas dan umumnya untuk peneliti sendiri. Maka dari itu kegunaan secara umum dapat dibedakan menjadi :

* + 1. **Kegunaan Teoritis**
1. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi pengembangan ilmu komunikasi dan humas terutama dalam bidang kajian fungsi komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang komunikasi dan humas terutama dalam hal fungsi komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len.
	* 1. **Kegunaan Praktis**
3. Bagi humas atau *public relations* PT. Len Industri (persero), hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk humas dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Len Industri (persero).
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kontribusi dan masukan dalam kinerja karyawan PT. Len Industri (persero).
	1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan suatu teori yang menerangkan atau menjelaskan suatu masalah yang diteliti. Hingga masalah yang diteliti menjadi jelas penyelesaiannya. Untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas dan sistematis serta terarah diperlukan teori yang mendukung sebagai landasan berfikir, sehingga menghasilkan pembahasan yang jelas. Dalam penelitian ini teori yang digunakan oleh peneliti yaitu *persuasive theory.*

Menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Metode Penelitian Untuk *Public Relations*** yaitu :

**“persuasi bukan hanya mencoba memanfaatkan kepentingan publik untuk organisasi, melainkan juga member alas an kepada orang-orang mengapa mereka harus mengadopsi sikap, opini, dan perilaku yang diinginkan komunikator” (2010:117)**

Komunikasi persuasive bertujuan untuk mengajak, membujuk atau mengubah sukap dan perilaku seseorang. Hal tersebut bukan hanya untuk kepentingan organisasi akan tetapi juga kepentingan dirinya sendiri. Komunikasi persuasive dilakukan agar karyawan bergairah dalam bekerja dengan perasaan yang bahagia. Bagi perusahaan yang mencoba untuk meningkatkan jumlah pelanggannya, rekrutmen pegawai atau meningkatkan citra, persuasi adalah kuncinya

Menurut **Heath** yang dikutip oleh **Elvinaro** dalam bukunya **Metodologi Penelitian Untuk *Public Relations,*** menyatakan bahwa ada tiga aspek persuasive yaitu :

1. ***Ethos (source credibility)***
2. ***Logos (logical appeals)***
3. ***Pathos (emotional appeals)* (2010:118)**

Penjabaran dari 3 aspek persuasif diatas adalah sebagai berikut :

1. *Ethos (source credibility)*

Memfokuskan kepada kredibilitas sumber dalam penyampaian sebuah pesan. Kredibilitas sumber secara langsung berpengaruh kepada *effectiveness appeals* (daya tarika).

1. *Logos (logical appeals)*

Logos merujik pada *appeals* berdasarkan alas an yang logis. Argument-argumen ini biasanya terdiri dari fakta-fakta dan gambaran-gambaran.

1. *Pathos (emotional appeals)*

Merujuk kepada argumen yang didasarkan pada emosi, membangkitkan perasaan-perasaan, seperti rasa takut, salah, amarah, humor, haru. Para praktisi PR menggunakan *appeals* untuk membangkitkan motif sekelompok orang agar berpikir dan bertindak tentang sesuatu.

Perusahaan-perusahaan yang menerapkan komunikasi internal yang baik akan menikmati kesuksesan yang berkelanjutan (sustainable). Hal ini dapat dimengerti mengingat perusahaan digerakkan oleh manusia. Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki hati dan rasa, bukan mesin yang hanya butuh oli dan maintenance teknis. Bahkan perusahaan-perusahaan yang padat modal pun mengandalkan manusia untuk menjalankan mesin-mesin, dan menciptakan inovasi-inovasi mesin terbaru.

Komunikasi atasan kepada bawahan, atau sejajaran termasuk keadalam komunikasi internal dimana atasan dan bawahan merupakan pengertian dari pimpinan dan karyawan yang saling berhubungan dan berinteraksi, yang dilakukan di setiap instansi atau perusahan. Komunkasi internal disini merupakan suatu proses peningkatan motivasikaryawan. Merosotnya etos kerja karyawan atau pimpinan kurang efektif dalam melakukan komunikasi internal yang dijalankan di perusahaan.

Menurut **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)**, yang menyatakan bahwa :

**Komunikasi internal adalah komunikasi yang dilaksanakan oleh masyarakat internal baik dari para karyawan kepada pihak perusahaan atau sebaliknya.(2003:256)**

Public internal yang meliputi seluruh elemen perusahaan yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya. Melalui kegiatan komunikasi internal diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan public internal dari organisasi atau perushaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan terciptanya iklim kerja yang baik. Sehingga kelancaran dalam kegiatan operasional perusahaan akan berjalan lancar.

Komunikasi internal biasanya dilakukan secara timbal balik melalui beberapa jalur, yaitu:

1. **Komunikasi kebawah (*downward communication),* yakni komunikasi dari puhak perusahaan kepada karyawan. Contohnya berupa perintah pimpinan atau intruksi kepada karyawannya dan menggunakan media dalam bentuk komunikasi lisan.**
2. **Komunikasi keatas (*upward communication),* yakni komunikasi dari pihak karyawan kepada perusahaan. Contohnya berupa pelaksanaanperintah lisan dan tulisan, laporan hasil pekerjaan dan serta sumbang saran dari pihak pekerja kepada pimpinan perusahaan.**
3. **Komunikasi yang sejajar (*sideway communication),* yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesame karyawan. Contohnya memberi informasi mengenai pekerjaan, teknis pekerjaan dan kegiatan diluar pekerjaan dalam bentuk olahraga, keagamaan, dan kekeluargaan (2003:257)**

Selanjutnya pengertian kineja menurut **Sedarmayanti** dalam bukunya **Manajemen Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja** sebagai berikut :

**“Kinerja yang juga berarti prestasi kerja, pelaksanaan kerja mencapai kerja/hasil kerja, untuk kerja atau penampilan kerja”91995:53)**

Menurut **Michael** yang dikutip oleh **Sedarmayanti** dalam bukunya **Produktivitas Kerja,** bahwa kinerja meliputi beberapa aspek, yaitu :

1. **Kualitas Kerja**
2. **Ketepatan Waktu**
3. **Inisiatif**
4. **Kemampuan**
5. **Komunikasi (2005:51)**

Dengan memperhatikan kelima aspek tersebut dapat dijadikan ukuran kinerja serta faktor-faktor yang mempengaruhinya baik tidaknya kinerja karyawan, maka sebagai unsur dan fakto-faktor ini dalam melakukan penilaian dan pengukuran kinerja karyawan sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan. Dengan demikian terjadu korelasi positif antara pengawasan dengan peningkatan kinerja pegawai.

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa komunikasi internal adalah faktor penting untuk meningkatkan kinerja individual karyawan maupun divisi, khususnya dilakukan PT. Len Industri (persero) yang tergantung oleh banyak faktor, beberapa diantaranya adalah faktor psikologi dan faktor lingkungan. Seorang pemimpin harus bisa mengusahakan agar perusahaan berjalan secara efektif dengan mengupayakan karyawannya agar bekerja secara efektif dan menghasilkan hasil-hasil yang menguntungkan bagi perusahaan, dengan menstimulasi suatu reaksi para karyawan melalui tindakan-tindakan yang bersifat efektif, baik itu secara positif maupun negatif.

Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 bagan kerangka pemikiran dalam hubungan variable sebagai berikut :

**Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran**

BAGAIMANA FUNGSI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT. LEN INDUSTRI (PERSERO) ?

Teori Persuasif

Variable Y

Kinerja Karyawan

1. Kualitas Kerja
2. Ketepatan Waktu
3. Inisiatif
4. Kemampuan
5. Komunikasi

Sedermayanti (2005:51)

Variabel X

Fungsi Humas Internal

1. Komunikasi ke bawah
2. Komunikasi ke atas
3. Komunikasi sejajar

(Ruslan: 2003:257)

 **`**

1. Komunikasi ke bawah

1. Kesempatan Berkomunikasi Dengan Pimpinan
2. Instruksi Kerja Yang Diberikan Pimpinan
3. Sikap Pimpinan Terhadap Karyawan
4. Kualitas Kerja
5. Hasil kerja yang diperoleh
6. Ketepatan waktu
7. Ketepatan waktu dalam melaksanakan tugas
8. Inisiatif
9. Pemberian idea tau gagasan dalam organisasi
10. Kemampuan
11. Keterampilan yang dimiliki
12. Komunikasi
13. Komunikasi kedalam
14. Komunikasi keluar

2.Komunikasi ke atas

1. Rutin menyampaikan laporan pekerjaan
2. Adanya kesempatan memberikan kritik dan saran kepada perusahaan
3. Mengadukan kendala dalam pekerjaan

3. komunikasi Sejajar

1. Adanya komunikasi dengan sesama karyawan
2. Kerjasama antar sesama karyawan
3. Saling memberikan dukungan terhadap sesama karyawan