

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari setiap kegiatan seseorang maupun lembaga atau perusahaan. Maksud seseorang akan dapat diketahui orang lain hanya dengan komunikasi. Bagi perusahaan, konsumen atau masyarakat akan mengetahui produk jasa juga dengan adanya komunikasi. Pentingnya komunikasi ini maka siapaun yang terlibat dalam aktivitas interpersonal maupun organisasi harus terus menerus membangun komunikasi dengan baik sehingga dapat berjalan sesuai tujuan yang diharapkan.

Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal, langsung ataupun dengan media. Komunikasi nonverbal tidak kalah pentingnya dengan komunikasi verbal, karena dengan adanya komunikasi nonverbal dapat memperjelas maksud dan tujuan yang disampaikan melalui komunikasi verbal. Bagi komunikator penting untuk dapat menjalankan kedua komunikasi ini dengan baik sehingga mempermudah komunikasi untuk memahami pesan yang disampaikan.

Ada kalanya komunikasi membutuhkan media untuk menyampaikan maksud dan tujuan. Media diperlukan apabila tidak memungkinkan untuk dilakukan secara tatap muka. Biasanya komunikasi menggunakan media karena jarak dari pelaku komunikasi berjauhan, dalam jumlah besar. Media komunikasi dapat menggunakan media cetak maupun media elektronik. Pemilihan media yang

tepat turut menentukan efektif tidaknya pesan yang disampaikan untuk memperoleh *feedback*.

Kegiatan komunikasi di perusahaan biasanya dikenal dengan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi sebagai komunikasi yang berlangsung antara pimpinan dengan karyawan, atau sebaliknya. Komunikasi yang berlangsung dari pimpinan kepada karyawan biasanya berupa pesan tugas yang harus dikerjakan karyawan, sementara komunikasi yang berlangsung dari karyawan kepada pimpinan berupa masukan atau permasalahan berkaitan dengan aktivitas kerja. Komunikasi organisasi dapat berlangsung secara formal maupun non formal.

Di sebuah perusahaan komunikasi memegang peranan penting untuk jalannya aktivitas perusahaan. Keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan dari modal yang besar saja tetapi juga kerjasama antara pimpinan dengan karyawan, karyawan dengan karyawan. Kerjasama ini hanya dapat terjalin dengan baik apabila komunikasi berjalan dengan lancar sehingga masing-masing pihak dapat saling memahami tugas dan tanggungjawab. Di sebuah perusahaan biasanya komunikasi ini dikelola oleh bagian Humas atau *Public Relations*.

Public Relations (PR) pada saat ini sangat berkembang, semakin banyaknya organisasi atau perusahaan, lembaga swadaya masyarakat hingga perbankan menggunakan *Public Relations* dalam memajukan perusahaan maupun organisasi. Diterima maupun tidak diterimanya suatu produksi tergantung hasil karya *Public Relations* dari perusahaan tersebut. Peran komunikasi timbal balik dalam perusahaan masa kini adalah hal yang mutlak. Peran tersebut biasanya diserahkan pada pihak *Public Relations*, hal tersebut yang membuat *Public*

Relation /PR adalah mengemban fungsi dan tugasnya dalam melakukan hubungan komunikasi ke dalam dan ke luar. Melakukan pembinaan hubungan yang harmonis antara pemimpin manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya.

Peran *Public Relations* bukan hanya sekedar menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat luas, namun juga harus menjalin komunikasi yang sangat baik dengan seluruh karyawan di dalam perusahaan. Perusahaan yang mampu mendapatkan keberhasilan adalah perusahaan yang didalamnya terdapat hubungan kerja yang baik antara sesama karyawan dengan atasannya.

Devisi *Public Relations* tidak selalu ada di perusahaan, hanya perusahaan besar yang memungkinkan dibentuknya devisi *Public Relations*. Bagi perusahaan yang tidak memiliki devisi *Public Relations* bukan berarti tidak ada aktivitas kehumasan di dalamnya. Pada dasarnya setiap perusahaan yang memiliki kegiatan komunikasi terencana untuk suatu tujuan tertentu, berarti suatu perusahaan telah menjalankan kegiatan kehumasan. Seorang pimpinan memberikan tugas kepada karyawan dan dilaksanakan dengan benar sesuai tujuan yang diharapkan berarti pimpinan tersebut telah melakukan pendekatan kehumasan yang baik dan benar. Adanya kerjasama yang baik antar karyawan dalam mengatasi masalah tugas sehingga diperoleh solusi, ini juga menunjukkan adanya jiwa kehumasan di dalam diri masing-masing karyawan.

Pimpinan perusahaan dalam hal ini memegang peranan penting untuk melakukan kegiatan kehumasan. Agar tercipta hubungan harmonis antar karyawan, pimpinan harus dapat bertindak sebagai *Public Relations*. Kemampuan

pimpinan menyampaikan pesan sangat menentukan keberhasilan tugas yang harus dilakukan karyawan. Dalam hal ini seorang pimpinan harus terbuka kepada semua karyawan dalam berkomunikasi. Ada kalanya karyawan mempunyai permasalahan yang tidak berani menyampaikan kepada perusahaan, sebagai seorang pimpinan maka perlu melakukan pendekatan persuasif, memberikan perhatian, dan memberikan *support* sehingga karyawan dapat terbuka dan menyampaikan permasalahan yang dirasakan.

Menjalin hubungan yang baik antara pihak manajemen dengan karyawan penting dilakukan. Terciptanya hubungan memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak. Bagi manajemen dengan adanya hubungan yang baik, akan mudah untuk mengarahkan karyawan sesuai tujuan perusahaan. Sementara bagi karyawan dengan adanya hubungan yang baik, keberadaannya di perusahaan merasa diakui dan dihargai sehingga timbul rasa memiliki dan menaruhkan segala kemampuan dan tenaga untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

Pentingnya aktivitas *Public Relations* di perusahaan, sehingga perlu diterapkan pada PT Mega Auto Central Finance. Sebagai perusahaan yang sudah cukup lama berdiri tepatnya tahun 2006, tidak luput dari permasalahan yang dihadapi baik internal maupun eksternal. Permasalahan eksternal jelas berkaitan dengan konsumen. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *finance* atau pembiayaan, permasalahan yang dihadapi adalah adanya konsumen yang tidak tepat waktu dalam pembayaran. Apabila permasalahan ini tidak segera di atas akan berakibat pada operasional perusahaan dimana dana yang dimiliki perusahaan tidak dapat diputar dengan lancar. Untuk mengatasi permasalahan ini,

perusahaan perlu menjalin kerjasama yang baik dengan pihak konsumen sehingga diperoleh pemahaman akan kewajiban kepada perusahaan.

Permasalahan berkaitan dengan internal PT *Mega Auto Central Finance* yaitu permasalahan yang dihadapi antara manajemen dengan karyawan. Permasalahan timbul dapat disebabkan oleh berbagai faktor, misalnya kebijakan yang dibuat perusahaan tidak memihak karyawan, tidak adanya keterbukaan pimpinan dengan karyawan, tidak tercapainya target perusahaan sebagaimana yang ditetapkan, bahkan masalah kecil karena gesekan-gesekan diantara karyawan.

Permasalahan mengenai kebijakan perusahaan seperti yang terjadi akhir-akhir ini dimana terjadi kebijakan mengenai waktu masuk kerja karyawan. Dari sejak berdirinya perusahaan yaitu pada tahun 2006 jam kerja berlangsung dari hari Senin sampai dengan hari Jumat mulai jam 8.30 sampai dengan jam 17.30. Pada tahun 2018 jam masuk kerja mengalami perubahan dimana hari Sabtu karyawan diharuskan masuk meskipun hanya sampai pada jam 13.00.

Adanya perubahan jam kerja ini tentu menjadi permasalahan karyawan, dimana selama ini karyawan sudah terbiasa bekerja selama 5 hari dalam seminggu sehingga pada hari Sabtu dapat dimanfaatkan untuk berlibur. Kebiasaan ini tentu memerlukan proses untuk perubahan dalam kehidupan sehari-hari, disisi lain tuntutan perusahaan harus dilaksanakan. Benturan kepentingan pribadi dengan tuntutan perusahaan tentu menimbulkan konflik dengan pihak perusahaan yang pada akhirnya hubungan harmonis antara pihak manajemen dengan karyawan menjadi berkurang.

Permasalahan lain berkaitan dengan kebijakan perusahaan mengenai target yang dibebankan kepada karyawan. Mulai tahun 2018 kebijakan mengenai target karyawan untuk menghubungi konsumen dan kesediaan membayar adalah 100% dari 2000 konsumen. Sebelumnya target hanya dibebankan sebesar 70% untuk menghubungi dan kesediaan konsumen untuk membayar. Kenaikan target ini tentu memberikan beban yang berat kepada karyawan, karena mau tidak mau karyawan harus melaksanakan tugas tersebut. Kondisi ini dapat mengurangi keharmonisan hubungan antara pihak manajemen dengan karyawan, karena karyawan tidak mendapat kesempatan untuk menyampaikan masukan atau kritik.

Permasalahan yang dihadapi PT Mega *Auto Central Finance* menuntut pihak manajemen dalam hal ini adalah pimpinan sebagai pelaku *Public Relations* perusahaan untuk dapat menjembatani komunikasi antara manajemen dengan karyawan. Pimpinan dapat saja melakukan kegiatan komunikasi secara personal atau melalui kegiatan rapat bersama untuk mencari solusi terbaik. Bentuk komunikasi yang bagaimana yang digunakan oleh pihak manajemen dapat menentukan efektif tidaknya pesan yang disampaikan dalam rangka menjalin hubungan harmonis.

Menjalinkan hubungan baik dengan karyawan oleh pihak manajemen dalam hal ini pimpinan dapat dilakukan secara personal. Komunikasi ini tentu sangat efektif karena karyawan yang memiliki masalah memperoleh *feedback* langsung dari pimpinan sehingga tidak berlarut-larut yang dapat mengganggu aktivitas yang menjadi tugas dan tanggungjawab.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***Human Relations PT Mega Auto***

Central Finance Dalam Menjalin Hubungan Yang Baik Antara Manajemen Dengan Karyawan

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pertanyaan penelitian adalah: Bagaimana *human relations* PT Mega Auto Central Finance dalam menjalin hubungan yang baik antara manajemen dengan karyawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Mengetahui *human relations* PT Mega Auto Central Finance dalam menjalin hubungan yang baik antara manajemen dengan karyawan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis diharapkan hasil penelitian yang membahas tentang PT Mega Auto Central Finance dalam menjalin hubungan yang baik antara manajemen dengan karyawan dapat menguji keberlakuan teori/konsep kegiatan *Public Relations* yang berlaku dalam ilmu komunikasi, khususnya bidang *Public Relations*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Kegunaan praktis yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan PT Mega Auto Central Finance dalam hal ini pimpinan sebagai pelaku Humas yang dapat

diaplikasikan kedalam perusahaan. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi Manajemen untuk terus meningkatkan kegiatannya dalam menjalin hubungan dengan karyawan.

