

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak akan pernah lepas dari proses interaksi dengan manusia lainnya. Proses interaksi yang terjadi antar manusia biasanya berupa komunikasi. Komunikasi adalah hal terpenting didalam menjalin suatu hubungan. Berbagai interaksi terbentuk dari komunikasi yang dilakukan oleh setiap manusia tanpa mengenal waktu dan lingkungan. Komunikasi itu akan terus berjalan selama manusia menjalani kehidupannya. Mulai dari lingkungannya di keluarga, sekolah ataupun organisasi. Setiap lingkungan memiliki pola komunikasinya masing-masing sesuai pada karakteristik komunikator-komunikan ataupun tujuan komunikasi tersebut. Seperti halnya organisasi yang terdekat adalah keluarga yang mempunyai tujuan bersama yaitu bahagia dan harmonis. Adapun organisasi yang tak asing di telinga masyarakat adalah perusahaan.

Organisasi terdiri dari suatu kumpulan atau sistem individu-individu yang pada umumnya berusaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui hierarki kepangkatan dan pembagian kerja (Suprpto, 2011:105). Dalam penelitian ini konteks komunikasi organisasi yang akan diteliti adalah dalam ruang lingkup perusahaan. Sebuah perusahaan bukan hanya memerlukan tujuan yang ingin dicapai. Melainkan upaya menuju keberhasilan yang dapat mewujudkan tujuan tersebut. Sebagian keberhasilan perusahaan berasal dari kuatnya hubungan

komunikasi didalam perusahaan tersebut, di mana komunikasi dalam perusahaan ini melibatkan keluarga didalam perusahaan seperti atasan, karyawan, hingga investor. Dengan kata lain komunikasi di sebuah perusahaan memerlukan komunikasi dengan publik internal maupun eksternalnya. Yang merupakan sama-sama proses komunikasi yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan tersebut.

Banyak orang beranggapan bahwa komunikasi yang terjadi dalam lingkup internal perusahaan itu tidak sepenting komunikasi yang dijalin dengan publik eksternal. Tapi komunikasi yang terjadi di internal perusahaan sangatlah mempengaruhi proses manajemen perusahaan yang kemudian akan mempengaruhi keberhasilan tujuan sebuah perusahaan. Jika proses komunikasi internal yang dilakukan perusahaan dengan karyawannya tidak berjalan dengan baik maka bisa saja akan terjadi kesalahpahaman antara atasan dan karyawan yang bisa berakibat fatal bagi perusahaan. Buruknya pemahaman karyawan tentang kebijakan perusahaan salah satunya dikarenakan kesalahan dalam penyampaian pesan sehingga kebijakan perusahaan tidak bisa berjalan dengan baik. Kesalahan dalam penyampaian pesan dapat mengakibatkan kesalahan dalam melaksanakan pekerjaan sehingga tidak tercapainya tujuan organisasi (Bangun, 2012:367). Komunikasi dalam organisasi harus berjalan dua arah, pimpinan menyampaikan informasi kebijakan perusahaan dengan jelas kepada karyawan dengan menggunakan media yang tepat. Sebaliknya, para karyawan harus memiliki kemampuan untuk menerima pesan atau informasi kebijakan perusahaan dari atasannya (Bangun, 2012:372).

Kerap kali terjadi kesalahpahaman yang terjadi dilingkup internal oleh karena penyampaian pesan yang kurang jelas ataupun dikarenakan perbedaan persepsi dari setiap pesan yang diterima. Hal ini bisa terjadi akibat dari pesan yang disebar tersebut dipublikasikan dengan segala media yang dianggap bisa menyebarkan informasi ini, tidak peduli dengan konsep ataupun isi pesan, asalkan maksud pesan bisa sampai ke khalyaknya maka pesan tersebut sudah dianggap tersebar. Oleh karena itu sangat dibutuhkan wadah yang bisa menampung konsep dan isi yang jelas dari informasi yang hendak disebar ini. Wadah yang dipilih haruslah memenuhi kriteria penyampaian pesan yang baik dan sesuai dengan target khalayaknya, agar informasi tersebut bisa disebar dengan satu kerangka yang sama sehingga penerima pesan pun bisa menerima pesan itu dengan jelas.

Pemilihan wadah atau media yang akan digunakan untuk penyampaian pesan diruang lingkup internal perlu diperhatikan dengan baik. Salah satu media yang saat ini sedang populer adalah media berbasis teknologi yang bisa dengan cepat menyebarkan informasi. Teknologi informasi merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan orang dalam melakukan pekerjaan berupa pemrosesan informasi untuk mendukung dan mengolah informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan perusahaan (Valacich dkk, 2010:10). Penerapan teknologi informasi juga harus dilakukan pada perusahaan untuk dapat memberikan solusi bagi perusahaan demi kepentingan tujuannya. *E-mail Blast* merupakan salah satu teknologi informasi yang fasilitas sirkulasi informasi massal diatur pengirimannya, baik kepada seluruh karyawan, maupun kelompok karyawan tertentu.

Efektivitas teknologi ini baru diterapkan oleh Perusahaan sebagai media penyebaran informasi. Pemilihan media ini dilakukan dikarenakan penyebaran pesan dengan media yang seadanya seperti mempergunakan papan pengumuman ataupun penyampaian pesan secara berantai tidak bisa menyampaikan informasi yang jelas dan tidak sepenuhnya sampai pada target khalayaknya. Oleh karena itu dipilihlah media berbasis teknologi online yang dianggap bisa cepat menyebarkan informasi dengan struktur dan format yang jelas. Tapi sampai saat ini efektivitas penyebaran informasinya belum bisa diketahui apakah pesan yang disebarkan sampai kepada semua khalayaknya dan bagaimana pemahaman karyawan tentang kebijakan yang dipublikasikan melalui teknologi tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti efektivitas teknologi *email blast* dalam mempublikasikan pesan berupa kebijakan kepada karyawan dan kepatuhan karyawan yang telah memahami kebijakan tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

PT. Erha Medicals merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Dermatologist spesialisasi kesehatan kulit yang telah memiliki sekitar 76 klinik yang berada di seluruh Indonesia. Dalam pengaturan segala sistem administrasi dan manajemennya semua diatur secara terpusat dengan lokasi pusat yang berada di Jakarta Selatan tepatnya di Kota Kasablanka.

Untuk mendukung penyebaran informasi dan pemahaman karyawan tentang kebijakan perusahaan, maka pihak perusahaan harus memiliki kiat khusus untuk bisa menjangkau publik internal yang berada di setiap cabang seluruh

Indonesia supaya tujuan dari perusahaan bisa tercapai. PT. Erha Medicals menerapkan *email blast* sebagai sarana dalam menyampaikan informasi kebijakan perusahaan kepada karyawan. Fasilitas tersebut merupakan sarana yang dianggap efektif bagi Perusahaan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan menyeluruh kepada seluruh karyawan. Karena pemilihan media sebelumnya seperti penggunaan papan pengumuman ataupun pesan berantai ternyata tidak bisa memenuhi kriteria penyampaian pesan yang diharapkan oleh perusahaan. Banyaknya informasi yang salah persepsi dan bahkan tidak semua pegawai menerima pesannya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas maka rumusan masalah yang muncul: “ **Bagaimana Efektivitas Penyebaran Pesan, Pemahaman tentang Kebijakan Perusahaan dan Kepatuhan Karyawan di PT. Erha Medicals ?** “

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui efektifitas penyebaran pesan melalui email blast.
2. Mengetahui pemahaman karyawan tentang kebijakan Perusahaan.
3. Mengetahui kepatuhan karyawan

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian tentang pemahaman terhadap kebijakan perusahaan dan kepatuhan karyawan antara lain:

1. Manfaat Teoritis. Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan tentang penyebaran pesan, pemahaman tentang kebijakan dan kepatuhan karyawan.
2. Manfaat Praktis. Didalam penelitian ini diharapkan memberikan referensi kepada perusahaan untuk menggunakan media email blast sebagai media penyampaian pesan didalam organisasi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori yang relevan dengan permasalahan, operasionalisasi/ variabel dan kerangka pemikiran.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat desain penelitian, sumber data, bahan penelitian, unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas dan analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan dan membahas mengenai sejarah perusahaan, memaparkan garis besar penelitian, detail hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.