

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini tingkat kebutuhan informasi pun semakin tinggi, dan masyarakat modern dikenal sebagai masyarakat informasional. Hal itu berarti bahwa informasi sudah menyentuh seluruh segi kehidupan dan penghidupan, pada baik tingkat individu, kelompok maupun organisasi.

Bagi organisasi/perusahaan informasi berguna untuk berbagai kepentingan, termasuk untuk memperlancar proses pengambilan keputusan oleh pimpinan di perusahaan tersebut baik oleh manajemen puncak maupun manajer pada tiap departemen. Oleh karena itu pengolahan informasi perlu dilakukan dengan sebaik mungkin, sehingga informasi terkumpul, terolah, dan tersimpan dengan baik sehingga mudah ditelusuri apabila diperlukan dan pengolahan informasi harus memenuhi syarat kelengkapan, kemutakhiran, keandalan dan kepercayaan.

Karyawan merupakan salah satu kunci dan investasi jangka panjang yang dapat memajukan perusahaan serta mempertahankan eksistensi perusahaan terutama pada era globalisasi ini yang memunculkan banyak persaingan di pasaran. Dikarenakan karyawan adalah asset terbesar dalam perusahaan, maka

hubungan serta komunikasi yang baik dan efektif perlu dibina dan dilakukan secara inntensif guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Tanpa karyawan, perusahaan tidak dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Di tiap perusahaan pasti terdapat banyak departemen-departemen/divisi-divisi dan dipimpin oleh masing-masing kepala bagiannya. Komunikasi di tiap divisi dapat dinilai baik atau tidaknya, dilihat sejauh mana keakraban/saling keterbukaan antara karyawan/bawahan dengan atasannya dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi, menginformasikan hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka. Terkadang karyawan/bawahan jarang/kurang mendapatkan informasi yang cukup jelas dari atasannya mereka, sehingga sering kali mereka menjadi keliru melakukan pekerjaannya.

Komunikasi merupakan salah satu peranan penting di dalam suatu organisasi/perusahaan baik itu organisasi bisnis maupun organisasi non bisnis lainnya. Komunikasi yang baik dapat meningkatkan/memajukan bisnis, menumbuhkan persahabatan, serta menyebarkan pengetahuan. Namun seringkali kita melihat adanya kegagalan berkomunikasi (*miscommunication*) dalam penyampaian isi pesan/informasi yang di maksud, pencapaian tujuan suatu organisasi/perusahaan maupun pelaksanaan dari suatu rencana.

Banyak penyebab dari rintangan komunikasi berakibat kecil saja bila ada hubungan baik di antara komunikan. Sebaliknya, pesan yang paling jelas, paling tegas, dan paling cermat tidak dapat menghindari kegagalan bila terjadi hubungan yang jelek.

Setiap kali kita melakukan komunikasi, kita bukan hanya sekedar menyampaikan isi pesan, kita juga menentukan kadar hubungan antarpribadi, bukan hanya menentukan “*content*” tetapi juga “*relationship*”.

Dalam organisasi bentuk arah arus informasinya sangat penting, maka arus informasi dibagi menjadi 3 yaitu: Komunikasi ke Atas, Komunikasi ke Bawah dan Komunikasi Lateral.

Divisi marketing selama ini penulis melihat kemampuan komunikasi atasan dalam penyampaian informasi terhadap sales-sales di Lindeteves Trade Center belum berjalan baik. Atasan tidak dapat/tidak mau membantu bawahan, memberikan solusi untuk mengatasi masalah-masalah yang sedang dihadapi. Komunikasi antar karyawan marketing dengan manajer marketing terkadang/sering terjadi kesalahan informasi baik di internal maupun di eksternal, seperti pada saat terjadi keluhan pada konsumen data-data permasalahan yang telah diterima oleh tidak di informasikan lagi kepada karyawan marketing lainnya untuk diketahui.

Dari fenomena-fenomena di tersebut membuat komunikasi dalam organisasi menjadi terganggu baik secara internal maupun eksternal, maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui:

1. Apakah manajer marketing yang menjalankan fungsi humas di Lindeteves Trade Center kredibel dalam menyampaikan informasi.
2. Apakah karyawan puas terhadap informasi yang disampaikan oleh manajer marketing yang menjalankan fungsi humas.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah penulis mencoba untuk meneliti tentang “Kredibilitas Manajer Marketing dalam menjalankan fungsi Humas terhadap kepuasan informasi bagi bawahan di Lindeteves Trade Center”.

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kredibilitas pada manajer marketing oleh karyawan/bawahannya
2. Untuk mengetahui kepuasan informasi yang diberikan oleh manajer marketing terhadap masalah yang terjadi.

I.4 Kegunaan Penelitian

I.4.1 Kegunaan Secara Teoritis

Untuk memberikan masukan serta sumbangan pengetahuan mengenai kredibilitas seorang komunikator yang baik serta sejauh dapat karyawan dapat dikatakan puas akan informasi yang diperolehnya.

I.4.2 Kegunaan Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam menyelesaikan tugas akhir di Univeritas Esa Unggul, dan bisa mengaplikasikan ilmu-ilmu yang yang dipelajari selama perkuliahan.
- b. Hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dalam mengembangkan ilmu komunikasi setiap para pembacanya.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi suatu masukan atau sumbangan pemikiran bagi kemajuan kegiatan komunikasi internal khususnya pada divisi marketing di Lindeteves Trade Center serta menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan hubungan baik dengan para bawahannya.

I.5 Sistematika Laporan Penelitian

Skripsi ini disajikan dalam beberapa bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian yang menjelaskan latar belakang masalah yang merupakan garis besar yang menjadi landasan dan pentingnya masalah yang akan diteliti, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan/manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan penejelasan dari masalah penelitian secara teoritis, dan definisi konseptual dari para ahli. Bab ini meliputi kerangka teori, definisi konseptual, operasional variable, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode penelitian apa yang digunakan untuk dapat menjawab masalah pokok penelitian seperti desain penelitian,

sumber data, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, validitas, dan reliabilitas alat ukur serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini memberikan gambaran singkat tentang subjek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan terhadap hasil penelitiannya serta kaitannya dengan isi kerangka teori serta dapat menjawab masalah pokok secara komprehensif.

Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran dari penulis berdasarkan temuan hasil penelitian.