

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting agar tidak terjadinya salah penyampaian informasi antar anggota dalam suatu organisasi dan agar tercapainya tujuan tertentu. Yang mana komunikasi dapat membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasikan perubahan organisasi, mengkoordinasikan aktivitas organisasi, ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi. Setiap bentuk organisasi pasti mengedepankan sebuah komunikasi agar tercipta hasil yang selaras. Biasanya proses komunikasi dalam suatu organisasi meliputi atasan dan bawahan dengan metode penyampaian yang terarah dari suatu atasan ke bawahannya yang semata-mata semua berorientasi berdasarkan organisasi.

Dalam suatu komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Untuk menjadi seorang komunikator yang baik, terdapat beberapa hal yang perlu dipahami yakni seorang komunikator perlu menyusun dengan baik isi pesan yang akan disampaikan, sehingga pesan tersebut mudah dimengerti oleh pihak penerima.

Komunikator yang baik juga harus mengetahui mana media yang paling tepat untuk mengirimkan pesan kepada penerima dan harus tahu bagaimana cara mengantisipasi gangguan yang akan muncul pada proses pengiriman pesan. Selain itu, komunikator yang baik akan bertanggung jawab memberikan tanggapan terhadap umpan balik (feedback) yang disampaikan oleh pihak penerima (receiver). Seseorang mau menerima pesan-pesan komunikasi dari komunikator adalah karena faktor kredibilitas komunikatornya. Menurut Onong Uchjana

Effendy (1989) kredibilitas adalah sifat yang harus dimiliki oleh seorang komunikator, yakni apa yang dinyatakannya, baik secara lisan maupun tulisan oleh komunikator dianggap benar dan memang benar adanya.

Mentari Books merupakan salah satu pusat pengadaan buku-buku pelajaran dengan kurikulum internasional untuk sekolah-sekolah dari tingkat TK–SMA. Kurikulum internasional ini meliputi kurikulum dari *Cambridge International Examination* (seperti *Check Point*, IGCSE), kurikulum Singapura, kurikulum dari UK, dan kurikulum IB. Berdiri sejak tahun 2001, Mentari Books mempunyai misi untuk menjadi sumber terpercaya dalam penyediaan materi-materi pembelajaran bagi sekolah-sekolah di Indonesia serta menjadi tempat bekerja yang menyenangkan, mendidik, dan melatih orang-orang muda di Indonesia menjadi tenaga profesional yang sukses, andal, berkompentensi tinggi, dan berkarakter baik.

Mentari Books berusaha membangun hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan serta seluruh karyawan yang ada dan membangun rasa kekeluargaan sehingga karyawan menjadi loyal dan tidak ada jarak yang jauh antara hubungan manajemen dengan karyawan. Mentari Books melakukan pembinaan hubungan publik internal (*Employee Relations*) melalui divisi HRD dengan harapan program-program yang disampaikan kepada karyawan dapat berhasil dan apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai. Begitu juga setiap organisasi baik yang berbentuk perusahaan maupun lainnya akan selalu berupaya agar para anggota atau pekerja yang terlibat dalam kegiatan organisasi dapat memberikan prestasi dalam berbagai bentuk. Program *Employee Relations* suatu perusahaan atau organisasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain seperti : program pelatihan karyawan, program motivasi kerja, program penghargaan, program acara khusus karyawan dan program media komunikasi internal.

Pada tahun 2014 PT. Mentari Books mengalami lonjakan jumlah *turnover* karyawan yang tinggi yakni sebesar 6% dari jumlah total seluruh karyawan. Ini disebabkan adanya pembenahan internal dan penegasan terkait visi misi PT. Mentari Books yang dimana pada tahun 2014 misi perusahaan akan berorientasi pada perkembangan SDM yang unggul sehingga hal ini menuntut setiap karyawan

harus mengeluarkan potensi terbaiknya dan berusaha keras untuk memenuhi kompetensi yang tinggi tersebut. Tekanan kuantitas pekerjaan, target kerja yang harus dicapai dan berbagai aturan perusahaan tersebut memberikan dampak pada tingkat *turnover* yang fluktuatif akibat *stress* dan *shock culture* yang dialami oleh karyawan baru.

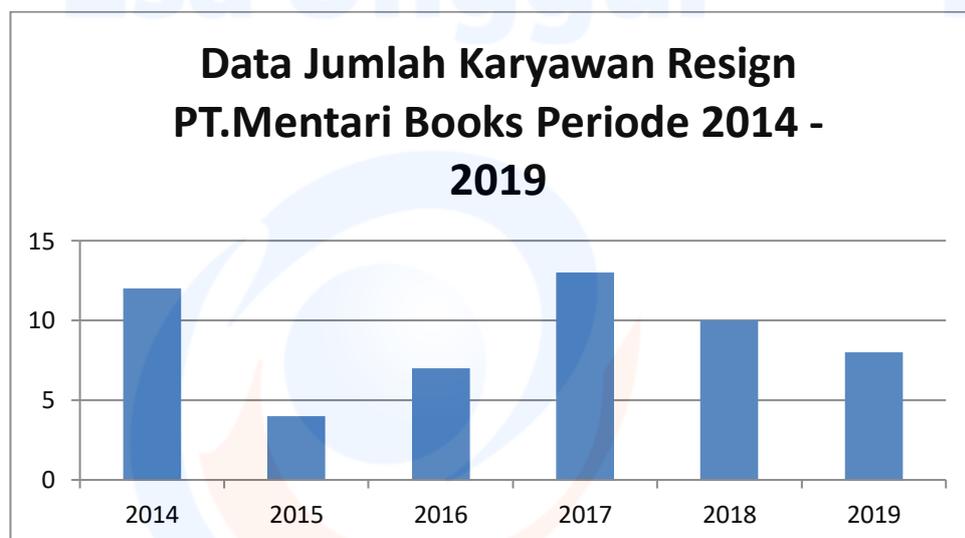
PT. Mentari Books juga menemukan berbagai masalah berupa kurangnya pengetahuan karyawan akan visi misi besar perusahaan sehingga karyawan sulit melihat masa depan yang jelas untuk menetap dalam jangka waktu yang lama di perusahaan tersebut. Karyawan merasa kesulitan dan membutuhkan waktu lebih untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja, yang mengakibatkan adanya fenomena para karyawan tidak dapat menetap lama dan akhirnya memutuskan untuk *resign* sebelum kontrak kerjanya berakhir, maka peran divisi HRD Mentari Books sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan *Employee Relations* dan juga sebagai pemateri/komunikator yang baik dalam kegiatan pelatihan karyawan agar dapat mengkomunikasikan semua kebutuhan informasi dan pengetahuan yang harus diketahui oleh karyawan baru. Beranjak dari permasalahan tersebut Mentari Books mulai rutin mengadakan sebuah pelatihan bagi karyawan baru yang berguna untuk menjadi saluran dalam pengenalan budaya perusahaan dan menjalin hubungan internal yang baik bagi karyawan baru maka diadakan sebuah pelatihan yang bertemakan *Formula One*.

Formula One mulai diadakan pada tahun 2014 dengan rutin setiap tahunnya sampai saat ini dan menjadi salah satu contoh program pelatihan yang paling penting dan menjadi saluran komunikasi yang baik bagi Mentari Books. Pelatihan ini khusus dirancang bagi karyawan Mentari Books yang baru bergabung dalam perusahaan, yang termasuk dalam kategori karyawan baru adalah karyawan yang berada dalam masa percobaan 3 sampai dengan 6 bulan dan juga karyawan dalam kategori MT (*Management Trainee*). Dalam pelatihan ini, karyawan baru diberikan materi berupa hal-hal yang berkaitan dengan visi misi perusahaan, pengembangan kepribadian, *Field Study*, kultur/budaya perusahaan, nilai-nilai perusahaan, gambaran besar alur kerja perusahaan serta hal-hal umum yang berkaitan dengan hubungan antar divisi atau departemen yang ada dalam perusahaan.

Melalui Program *Formula One* ini karyawan baru Mentari Books diharapkan dapat membangun hubungan baik dengan seluruh divisi di perusahaan. Karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan serta pelatihan ini menjadi pengenalan budaya organisasi di dalam Mentari Books agar karyawan memiliki informasi yang mendalam dan lebih mengenal lingkungan kerjanya. Dengan melakukan pelatihan sejak dini kepada karyawan baru, diharapkan para "*new comers*" ini dapat segera beradaptasi dengan pekerjaannya maupun dengan cepat beradaptasi dengan budaya lingkungan kerjanya. Jika karyawan baru bisa dengan cepat beradaptasi maka membantu menurunkan tingkat *turn over* karyawan yang disebabkan oleh *shock culture* ataupun oleh "*stress*" atas ketidakmampuan individu baru dalam beradaptasi. Oleh karena itu divisi HRD Mentari Books sebagai pemateri dalam kegiatan *formula one* harus menjadi komunikator yang baik dan dapat menyampaikan pesan yang mudah dipahami penerima.

Namun seiring berjalannya waktu, kegiatan pelatihan *formula one* yang diadakan pada tahun 2014 hingga sekarang kurang memberikan dampak terhadap penekanan tingkat *turnover* karyawan. Berdasarkan data jumlah karyawan resign PT. Mentari Books periode 2014-2019 menunjukkan grafik yang masih fluktuatif dan angka *turnover* kembali meningkat 6.5% yakni sebanyak 13 orang karyawan yang resign pada tahun 2017.

Gambar 1.1. Data Jumlah Karyawan Resign PT. Mentari Books 2014-2019



Dengan tingkat *turnover* karyawan yang fluktuatif ini maka terdapat tujuan strategi komunikasi yang dinilai masih belum tercapai dalam pelaksanaan kegiatan *formula one*. Berdasarkan data tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi seperti apa yang digunakan pemateri didalam kegiatan pelatihan karyawan *formula one* yang seharusnya kegiatan ini dapat menjadi solusi untuk menekan tingkat *turnover* karyawan dan PT. Mentari Books sendiri belum melakukan evaluasi secara mendalam terhadap kegiatan pelatihan *formula one* tersebut.

1.2. Fokus Penelitian

Mentari Books menyadari pentingnya strategi komunikasi dalam Employee Relations untuk mengatasi berbagai fenomena internal salah satunya permasalahan tingkat *turnover* karyawan yang tinggi dan kurangnya adaptasi karyawan baru dengan budaya organisasi Mentari Books yang dikarenakan kurangnya informasi tentang budaya perusahaan dan pemahaman karyawan tentang visi misi perusahaan yang mengakibatkan hubungan karyawan dengan perusahaan berjalan kurang baik dan akhirnya karyawan pun mengundurkan diri dari perusahaan karena merasa adanya ketidakcocokan. Dalam usaha untuk mempererat hubungan karyawan dengan organisasi melalui kegiatan *Employee Relations*, Mentari Books dan untuk menekan tingkat *turnover* karyawan, perusahaan telah melaksanakan kegiatan pelatihan karyawan *Formula One* yang dilakukan oleh divisi HRD Mentari Books dengan tujuan agar karyawan baru dapat memperoleh informasi mendalam tentang perusahaan dan menjalin hubungan yang lebih dekat lagi dengan semua divisi perusahaan sehingga karyawan dapat menetap lebih lama di perusahaan. Namun kegiatan pelatihan *formula one* yang diadakan hingga saat ini belum menunjukkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemateri dalam kegiatan *Employee Relations* PT.Mentari Books(Studi kasus dalam acara pelatihan karyawan dengan tema “*Formula One*”)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas tujuan dari penelitian ini yaitu;

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemateri Mentari Books dalam kegiatan *Employee Relations* (Studi kasus dalam acara pelatihan karyawan dengan tema “*Formula One*”).
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi pemateri dalam pelaksanaan kegiatan *Formula one*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut,

1.4.1. Manfaat Akademis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa ilmu komunikasi mengenai salah satu strategi komunikasi pemateri dalam kegiatan *Employee Relations*.
- Hasil penelitian ini diharapkan menambah kajian ilmu komunikasi untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang baik bagi perusahaan dalam rangka menjalin hubungan baik antara atasan dengan bawahan maupun antar sesama karyawan termasuk karyawan lama dengan karyawan baru.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Hasil Penelitian ini diharapkan menambah wawasan peneliti mengenai kegiatan *Employee Relations*.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada PT.Mentari Books dalam pelaksanaan kegiatan *Employee Relations* dengan komunikator atau pemateri yang baik untuk selanjutnya dipertahankan atau ditingkatkan,
- Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat mendapat pengetahuan dan pemahaman dalam sebuah kegiatan *Employee*

Relations atau hubungan publik internal di dalam sebuah organisasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika berdasarkan buku Pedoman Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan dan skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, yang terdiri dari lima Bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini Berisi alasan timbulnya permasalahan penelitian, Pada bagian ini juga diberikan latar mengapa permasalahan muncul dan layak diteliti. Perumusan masalah, Tujuan Penelitian dan manfaat penelitian bagi akademis, praktis, perusahaan dan pemerintah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka mengenai konsep dan teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti dalam konsep penelitian, operasionalisasi, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode yang digunakan untuk menjawab masalah pokok penelitian. Seperti pendekatan penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas Alat ukur, serta teknik analisa data.

BAB IV HASIL

Bab ini memaparkan hasil penelitian dalam bentuk tulisan, tabel, atau gambar.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang subyek penelitian dan pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran untuk penelitian berikutnya.