

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang ditetapkan oleh pimpinan atau direksi perusahaan tersebut. Dengan perkembangan persaingan global dan pasar bebas sekarang ini, tujuan yang ditetapkan perusahaan, terutama dalam hal mewujudkan keuntungan finansial serta memperluas pasar tentu tidaklah mudah untuk diwujudkan. Perkembangan pasar bebas, mendorong menjamurnya pesaing dari beragam jenis usaha yang baik di bidang produk barang, jasa, dan informasi. Persaingan yang ketat ini memerlukan kesiapan dan persiapan untuk mengantisipasinya.

Salah satu modal utama perusahaan untuk mengantisipasi tantangan tersebut adalah sumber daya manusia berkualitas, dengan sumberdaya manusia yang handal, layak serta profesional-maka perusahaan akan mampu bersaing dengan mewujudkan produk dan jasa berkualitas, produktivitas kerja yang tinggi dan etos kerja yang baik.

Dalam mengelola sumber daya manusia, seorang pimpinan dituntut untuk mengerahkan segala kemampuannya dalam melakukan manajemen yang efektif dan efisien demi mendukung tujuan organisasi. Menurut pendapat Terry, manajemen merupakan prosesaktivitas yang terdiri dari empat sub-aktivitas yang

masing-masing merupakan fungsi fundamental, yang terdiri dari P.O.A.C. sebagai singkatan dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan) dan *Controlling* (Pengawasan) (Effendy, 2009:6).

Lebih lanjut, Terry menerangkan adanya enam sumber daya perusahaan yang dikenal sebagai "Six M", yaitu: *Men* (Manusia), *Materials* (Bahan), *Machines* (Mesin), *Methods* (Metode), *Money* (Biaya) dan *Markets* (Pasar) (Effendy, 2009:6-7).

Faktor manusia (*Men*) dalam manajemen penting untuk ditangani karena berpengaruh besar terhadap jalannya manajemen. Hal ini disebabkan terjadinya interaksi atau interkomunikasi yang saling pengaruh-mempengaruhi di antara orang-orang yang terlibat dalam manajemen dalam suatu organisasi. Karena itu, masalah-masalah yang timbul sebagai akibat interkomunikasi oleh manajer dapat dipecahkan dengan komunikasi pula, baik dengan komunikasi secara umum, maupun komunikasi secara khusus, yakni *Human Relations* (nilai-nilai manusiawi) dan *public relations* (Effendy, 2009:17).

PT. DGtraffic Indonesia-perusahaan yang bergerak di bidang *online advertising* mengenai produk *Google AdWords*, *Search Engine Optimization*, dan *Website Development* menjalankan operasionalnya dengan dukungan utama dari sumber daya manusia di bidang teknologi informasi. Untuk menjalankan tugas, membuat produk dan layanan yang baik, memasarkan produk, dan pada akhirnya merebut pasar di Indonesia-perusahaan ini jelas membutuhkan kemampuan manajemen yang baik dalam mengkomunikasikan kebutuhan klien dengan karyawan dan tujuan perusahaan terhadap para karyawannya.

Selain dibutuhkan komunikasi organisasi yang baik, perusahaan juga membutuhkan dukungan dan loyalitas karyawan. Dukungan dan loyalitas karyawan pada perusahaan akan tercipta, jika pimpinan dalam mengambil kebijakannya berorientasi pada bawahannya. Idealnya, pengambilan keputusan dalam perusahaan selalu membangun komunikasi *bottom-up* dengan menjalankan prinsip-prinsip *Human Relations* (Nilai-nilai manusiawi) dalam perusahaan.

Mengacu dari realitas di atas maka penting bagi seorang pimpinan untuk menerapkan prinsip-prinsip *Human Relations* dalam rangka mendapatkan dukungan penuh serta loyalitas dari karyawan pada perusahaan. Dengan kemampuan pimpinan yang baik dalam menerapkan prinsip-prinsip *Human Relations* diharapkan dukungan penuh dan loyalitas karyawan akan terwujud sehingga tujuan perusahaan akan tercapai dengan efektif.

Prinsip *Human Relations*, didasarkan pada kemampuan pimpinan dalam melakukan komunikasi. Dengan komunikasi, pimpinan melakukan koordinasi atas segala aktifitas, tugas dan pekerjaan baik individual ataupun dalam *teamwork*. Sehingga energi dan konsentrasi sumber daya manusia dalam perusahaan bisa diarahkan kepada tujuan organisasi dan karyawan tidak merasa dipaksa atau diperintah dalam menjalankan pekerjaannya.

Dalam dinamika organisasi, benturan-benturan psikologis dan konflik-konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi sering terjadi, bukan saja antara manajer dengan karyawan, tetapi juga antara karyawan dengan karyawan dan hal ini bisa sangat mengganggu organisasi dalam mencapai tujuannya. Untuk hal ini, maka *Human Relations* dirasakan penting untuk

menghilangkan "luka-luka" akibat salah komunikasi (*miss-communication*) dan salah interpretasi (*miss-interpretation*) yang terjadi antara manager beserta karyawannya dengan publik di luar organisasi (Effendy, 2009:40).

Human Relations merupakan suatu hubungan yang perlu diciptakan dan dibina dalam suatu perusahaan, sehingga tercipta suatu kelompok kerja yang intim serta harmonis guna pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengamatan penulis di PT. DGtraffic Indonesia, Jl. MH. Thamrin Kav. 3, Menara Thamrin Lt. 15, Jakarta Pusat maka penulis mendapati bahwa dalam usaha perusahaan memenuhi kebutuhan klien, seorang pimpinan atau *project manager* seringkali harus dihadapkan pada tuntutan klien yang bersifat hampir memaksa dalam hal tuntutan teknis ataupun *deadline* pekerjaan yang sangat singkat. Memenuhi kebutuhan konsumen adalah hal yang wajib karena konsumen adalah sumber keuntungan perusahaan. Tuntutan teknis yang tinggi dan waktu kerja yang singkat seringkali memberikan beban kerja (*work stress*) yang tinggi dan kadang menyebabkan friksi atau konflik kepentingan pribadi karyawan dengan kepentingan perusahaan yang harus memenuhi tenggat waktu.

Meskipun *deadline* ini adalah dinamika kerja yang lumrah pada setiap pekerjaan, tuntutan pemenuhan *deadline* dalam waktu relatif singkat kadang menjadi penyebab timbulnya stress pada karyawan. Meskipun karyawan dituntut untuk bersikap profesional dalam bekerja, seringkali stress tersebut terlihat dan mempengaruhi sikap kerja karyawan. Atmosfir ruang kerja menjadi tegang dan karyawan cenderung emosional dalam berkomunikasi antara sesama karyawan.

Hal ini bisa dimaklumi karena setiap karyawan dibebankan target kerja individual selain target kerja kelompok. Tuntutan *deadline* kerja singkat, yang merupakan beban kerja tambahan selain target bulanan yang sudah sudah ditetapkan sebelumnya merupakan salah satu sumber stress dan pemicu konflik antar pribadi pada karyawan.

Untuk memotivasi karyawan dalam mengerjakan beban kerja tambahan dengan *deadline* singkat tersebut, maka pimpinan harus bisa memotivasi para karyawan dengan menggunakan pendekatan kata-kata yang positif dan bijaksana agar karyawan bisa bekerja lebih giat. Pimpinan PT. Dgtraffic harus bisa menerapkan *Human Relations* dalam aktifitas komunikasi persuasif kepada karyawan secara tatap muka dalam untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati. Bukan dengan komunikasi yang sifatnya perintah atau instruksi yang bersifat memaksa yang bisa menimbulkan stress kerja dan menjatuhkan mental karyawan.

Selain tuntutan motivasi demi memenuhi beban kerja ekstra, hal lain yang harus diperhatikan dalam organisasi adalah konflik antar karyawan. Konflik antar karyawan jika ditinjau dalam ranah *Human Relations* adalah masalah dalam ranah hubungan antar individu (*one-to-one*) dalam bidang pekerjaan. Idealnya, dalam ranah hubungan antar individu dalam perusahaan harus dipupuk kerjasama yang baik dan erat dengan dasar tenggang rasa, sikap menghargai dan menghormati sesama rekan kerja. Kerjasama dan hubungan yang baik dan erat antar karyawan akan menumbuh dan mengembangkan rasa kebersamaan dan saling memiliki

(*Sense of Belonging*) antar karyawan, dan dalam diri karyawan terhadap perusahaan. Jika rasa kebersamaan dan rasa saling memiliki ini tidak bisa dipupuk dan dijaga, maka bisa dipastikan karyawan akan mengalami kesulitan dalam bekerja sama mewujudkan tujuan unit kerja dan pada akhirnya juga akan menghambat tujuan perusahaan itu sendiri. Pencapaian tujuan unit kerja dan tujuan perusahaan dalam sebuah organisasi sedang ataupun besar menuntut komunikasi yang lancar dan kerjasama yang efektif sehingga perbedaan latar belakang baik usia, agama, pendidikan, jenis kelamin atau tingkat pengalaman antar karyawan tidak menjadi hambatan dalam kinerja individu ataupun kinerja kelompok.

Untuk mempraktekkan *Human Relations* dalam bentuk komunikasi persuasif yang baik, seorang pemimpin dituntut untuk bisa memahami sifat tabiat karyawannya. Ia harus bisa memahami perbedaan tabiat dan tingkah-laku karyawan serta mengetahui bagaimana tingkah-laku mereka dalam hidup berkelompok dan berorganisasi. Hal ini penting untuk meminimalisir atau mencegah konflik antar individu atau antar kelompok dalam organisasi sehingga tugas yang dibebankan kepada karyawan bisa dijalankan dengan lancar dan hubungan antar karyawan terjalin dengan harmonis.

Penerapan *Human Relations* yang baik akan membuat karyawan tidak merasa diperlakukan sebagai mesin dan bisa memenuhi target yang telah ditetapkan oleh pimpinan atau perusahaan.

Human Relations menekankan bukan pada "human" dalam pengertian wujud manusia, tapi dalam proses rohaniyah yang tertuju kepada kebahagiaan

berdasarkan watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, tingkah laku dan lain-lain aspek kejiwaan yang terdapat pada diri manusia (Effendy, 2009:41).

Berdasarkan pernyataan Effendy di atas, maka perusahaan melalui pimpinan diharapkan bisa mewujudkan kebahagiaan karyawan dalam melaksanakan tugasnya meskipun pekerjaan tersebut memiliki beban kerja yang tinggi.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan prinsip-prinsip *Human Relations* di PT. Dgtraffic Indonesia dan hubungannya terhadap *Sense of Belonging* karyawan terhadap perusahaan, maka penulis menuangkan dalam bentuk penelitian yang berjudul **“PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP HUBUNGAN MANUSIAWI (HUMAN RELATIONS) OLEH KEPEMIMPINAN PT. DGTRAFFIC INDONESIA TERHADAP *SENSE OF BELONGING* (RASA MEMILIKI) KARYAWAN DI KANTOR PUSAT”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan penulis di PT. DGtraffic Indonesia pada tanggal 6 September 2011 sampai 30 September 2011 dapat diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Dalam memenuhi tuntutan dan kebutuhan klien, seorang pimpinan atau *project manager* seringkali harus dihadapkan pada tuntutan klien yang bersifat hampir memaksa dalam hal tuntutan teknis yang tinggi, ataupun *deadline* pekerjaan yang sangat singkat. Hal ini memberikan beban kerja

(*work stress*) yang tinggi dan kadang menyebabkan friksi atau konflik kepentingan pribadi karyawan dengan kepentingan perusahaan yang harus memenuhi tenggat waktu dan tuntutan konsumen.

2. Pimpinan perusahaan, khususnya project manager dan supervisor harus bisa menerapkan *Human Relations* yang baik sehingga karyawan tidak merasa diperlakukan sebagai mesin dan tujuan perusahaan memenuhi kebutuhan klien juga bisa terpenuhi.
3. Meskipun dihadapkan pada tuntutan beban tersebut, hampir tidak ada pertemuan rutin atau pertemuan berkala baik secara formal ataupun informal yang dilakukan pimpinan dengan para karyawan untuk membahas persoalan-persoalan yang dihadapi karyawan.

Berdasarkan uraian di atas dalam latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah pokok penelitian skripsi sebagai berikut **“Bagaimana hubungan penerapan prinsip-prinsip *Hubungan Manusiawi (Human Relations)* Oleh Kepemimpinan PT.DGTRAFFIC INDONESIA terhadap Rasa Memiliki (*Sense Of Belonging*) Karyawan di Kantor Pusat PT. DGtraffic Indonesia, JL. MH. Thamrin Kav. 3, Menara Thamrin Lantai 15, Jakarta Pusat”**.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip *Human Relations* oleh pimpinan PT. DGtraffic Indonesia.

2. Untuk mengetahui tingkat *Sense of Belonging* karyawan di kantor pusat PT. DGtraffic Indonesia.
3. Untuk mengetahui hubungan antara penerapan prinsip-prinsip *Human Relations* oleh pimpinan PT. DGtraffic Indonesia terhadap *Sense of Belonging* karyawan pada perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini penulis bagi dalam dua kategori, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis:

1.4.1 Manfaat secara teoritis

Manfaat secara teoritis adalah sebagai pengembangan ilmu komunikasi, khususnya perilaku pimpinan dalam penerapan prinsip-prinsip *Human Relations* untuk meningkatkan *Sense of Belonging* karyawan perusahaan.

1.4.2. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada pimpinan PT. DGtraffic Indonesia khususnya dan umumnya para karyawan PT. DGtraffic Indonesia dalam kaitannya dengan penerapan prinsip-prinsip *Human Relations* oleh pimpinan untuk meningkatkan *Sense of Belonging* karyawan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja karyawan.

1.5 Sistematika Skripsi

Penelitian ini dituliskan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika laporan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada Bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka mengenai pengertian *Human Relations*, *Sense of Belonging* karyawan, operasionalisasi variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian, variabel, populasi dan sampel, bahan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas alat ukur, reliabilitas alat ukur, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada Bab ini akan dibahas mengenai subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan dan saran.