

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam suatu perusahaan, karyawan merupakan salah satu aset penting. Produktivitas dan efisiensi kerja akan tercipta apabila karyawan bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mencari keuntungan atau laba. Hal ini akan lebih terwujud apabila setiap karyawan mengetahui dan memahami tujuan perusahaan, sehingga dapat melaksanakan setiap pekerjaannya dengan baik.

Selain itu, kita dapat melihat bahwa dewasa ini perusahaan besar yang ada di Indonesia berhasil karena didukung oleh cara kerja karyawan yang maksimal dalam mencapai target perusahaan. Hal ini karena adanya komunikasi yang harmonis antara pihak-pihak yang berkaitan di dalam suatu perusahaan. Salah satu alat penghubung yang menjembatani antara karyawan dan perusahaan adalah *Public Relations*.

*Public Relations* yang biasa ditulis dengan singkat PR serta lazim disebut *Purel* atau Hubungan Masyarakat, di dalam perkembangannya memiliki hubungan yang erat sekali dengan kemajuan-kemajuan dalam masyarakat di berbagai bidang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Oemi Abdurrachman (

1993:11) bahwa “lahirnya *Public Relations* seperti yang dipraktekkan sekarang ialah karena adanya kemajuan-kemajuan dalam berbagai bidang itu”. Kemajuan-kemajuan tersebut yang sekaligus merupakan kekuatan-kekuatan dalam masyarakat pada bidang industri, teknik, politik, ekonomi, sosial dan kebudayaan.

Tidak hanya membantu mengembangkan dan memberikan kemajuan dalam kegiatan masyarakat di berbagai bidang, namun PR juga telah menjadi mediator bagi masyarakat dan organisasi dalam menyelesaikan konflik yang mereka alami karena kunci dari kerja PR adalah komunikasi yang tepat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh MC. Farland (dalam Yayat Hayati, 2002: 202) menyebutkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang dapat menyebabkan terjadinya konflik, antara lain: ketidaktepatan komunikasi, perbedaan minat dan kurangnya komunikasi yang menyebabkan terbentuknya persepsi yang tidak serasi diantara pegawai.

Begitu pula menurut pendapat Stephen P. Robbins (dalam Yayat Hayati , 2002: 202 ) bahwa, salah satu alasan terjadinya konflik di dalam organisasi yaitu karena komunikasi yang kurang sempurna sehingga menimbulkan salah pengertian karena ketidakjelasan yang ada.

Oleh karena itu, seorang PR (*Public Relations*) yang baik harus dapat memahami bahwa menjadi PR tidak hanya menjadi seorang PRO (*Public Relations Officer*) melainkan juga harus memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama tanpa adanya perbedaan, sehingga tidak menimbulkan konflik yang dapat membuat terjadinya ketidakharmonisan diantara perusahaan dan karyawan serta di antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Hal ini juga

diungkapkan Oemi, bahwa, ( 1993:37) ”*Internal Public Relations* yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat pendidikan, dan lain-lain”

Astrid S. Susanto ( 2004:104) menyatakan bahwa, ”*Public Relations* merupakan hasil pencerminan sebagaimana dirasakan seseorang ataupun publik, sebagai hasil kegiatan suatu organisasi ataupun instansi”. Hal ini memberi arti, bahwa PR yang baik adalah PR yang mampu memberikan pelayanan dan sikap yang baik bagi seluruh karyawan yang ada di dalam perusahaan. Bentuk sikap PR tersebut adalah melalui sikap ramah dan menyenangkan pada karyawan, yaitu sikap menghargai, memperhatikan kepentingan karyawan dengan jujur, memperlakukan karyawan sebagai individu.

Menurut Oemi Abdurrahman ( 1993:37-38) bahwa ”Pendapat para karyawan yang diajukan secara tertulis ini dan mungkin secara anonim harus dibicarakan dengan pimpinan dan untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi pimpinan, adalah tugas PRO untuk memberikan *advice* dan *counsel*”.

Satu contoh lain yaitu, adanya sebagian besar dari karyawan yang berharap agar aspirasi mengenai ketidakpuasan mereka dapat disampaikan atau disalurkan secara langsung kepada pihak pelaksana kebijakan perusahaan. Biasanya aspirasi akan disampaikan kepada pihak yang tepat. Oleh karena itu, suatu perusahaan diperlukan suatu alat yang mampu menjembatani komunikasi antara perusahaan dan karyawan, salah satunya adalah dengan adanya peran PR. Dengan berjalan baiknya peran dan tugas PR secara internal, diharapkan karyawan akan merasa puas karena kebutuhan mereka terpenuhi. Dengan

demikian hal tersebut menjadi salah satu faktor penunjang kredibilitas PR hal ini sesuai dengan pernyataan Oemi bahwa, ( 1993:29) “Hubungan suatu instansi atau perusahaan dengan publik yang terdekat lainnya disamping *employee public* adalah dengan publik di sekitar badan itu. Publik ini disebut *community public*”.

Namun di beberapa perusahaan peran PR masih dilaksanakan oleh HRD dimana ruang lingkup tugas HRD hanya menangani penyelenggaraan SDM, hal ini dijelaskan oleh M. Agus Tulus, ( 1993 :3) bahwa “pada HRD atau personalia lebih mengarah pada penyelenggaraan sumber daya manusia berdasarkan fungsi managerial yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, serta berdasarkan fungsi operasional yang terdiri dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja”.

Dewasa ini belum banyak perusahaan menyadari akan pentingnya eksistensi divisi PR bagi perusahaan, banyak dari mereka mendelegasikan tugas PR kepada divisi HRD dimana tugas PR yang dilakukan oleh divisi HRD belum berjalan maksimal karena mereka hanya menangani kerja PR secara global tidak berdasarkan sistematika komunikasi sehingga hasilnya pun belum mencapai target. Begitu juga halnya PT Anugerah Nusa Guna, fungsi PR dijalankan oleh General Manajer selanjutnya disebut GM menyebarkan informasi baik untuk internal maupun eksternal. Ada sumber dari komunikasi itu, tidak mempunyai keahlian sehingga kredibilitas disanksikan.

Sehubungan dengan hal itu, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang sejauh mana tingkat kredibel pejabat Humas PT Anugerah Nusa

Guna dalam melaksanakan fungsi PR di lingkungan internal perusahaan yang berkaitan dengan kepuasan informasi bagi karyawan.

## **1.2. Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam bentuk pertanyaan adalah sebagai berikut :

“Bagaimana kredibilitas pejabat GM PT Anugerah Nusa Guna dalam melaksanakan fungsi internal PR dan kepuasan informasi bagi karyawannya?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui gambaran mengenai kredibilitas pejabat GM PT Anugerah Nusa Guna dalam melaksanakan fungsi internal PR dan kepuasan informasi bagi karyawannya.

Tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui kredibilitas pejabat GM PT Anugerah Nusa Guna dalam melaksanakan fungsi internal PR.
2. Untuk mengetahui kepuasan informasi bagi karyawan di PT Anugerah Nusa Guna.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dibuat oleh penulis, maka dapat diketahui bahwa banyak sekali manfaat yang bisa diambil dari pembahasan penelitian ini.

Secara teoritis, hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan nyata bagi ilmu pengetahuan kehumasan dalam konsep “Komunikasi Organisasi” berkaitan dengan kredibilitas pejabat Humas yang melaksanakan tugas internal *Public Relations* dengan kepuasan karyawan dalam membantu manajemen di dalam menganalisa dan memperhatikan segala yang ditimbulkan dari komunikasi.

Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diupayakan dapat memberikan sumbangan dan saran bagi pimpinan PT Anugerah Nusa Guna di dalam penempatan personil yang strategis.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika laporan penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana uraian setiap babnya sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, sistematika penulisan.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan penguraian dan penjelasan dari masalah penelitian secara teoritis dan definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Bab ini meliputi kerangka teori, operasional variabel, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi desain penelitian, populasi, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur, dan teknik analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi subjek penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tugas-tugasnya. Dalam bab ini juga menguraikan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran dari penulis atas penelitian yang telah dilakukan.