

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya komunikasi maka manusia dapat berinteraksi satu sama lain dan tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua individu atau lebih sehingga dapat dipahami. Komunikasi dapat terjadi apabila ada persamaan antara penyampaian pesan dengan penerima pesan. Selain itu, komunikasi juga dapat terjadi apabila terdapat unsur komunikator, komunikan, pesan, saluran, efek, *feedback*/umpanbalik. Komunikasi yang efektif dapat terjalin dengan baik apabila kedua belah pihak saling mengakui kekurangan dan kelebihan orang lain serta mengerti kelemahan orang lain. Komunikasi dapat dilakukan baik antar individu, kelompok, massa maupun organisasi.

Pentingnya komunikasi bagi manusia memang tidak dapat dipungkiri karena pentingnya juga komunikasi didalam organisasi. Dalam setiap organisasi, komunikasi memegang peranan yang utama. Sebab dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil. Namun, kurangnya atau tidak ada komunikasi maka organisasi tidak akan bisa mencapai tujuannya dan tidak berfungsi. Komunikasi organisasi pada umumnya membahas tentang struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia,

komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi sangatlah penting bagi suatu perusahaan dimana perusahaan harus mampu berkomunikasi didalam perusahaan (*internal communication*) dan berkomunikasi diluar perusahaan (*external communication*). Komunikasi internal organisasi merupakan proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi. Sedangkan komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Dalam pelaksanaan tugas ini biasanya dilakukan oleh *Corporate Public Relations*.

Corporate Public Relations adalah bagian dari *public relations* yang sangat dekat dengan CEO karena mempunyai tugas untuk menjaga kepuasan para *stakeholders* termasuk pemegang saham dan pemerintah. Selain itu, *Corporate Public Relations* bertugas untuk menangani isu, menjalin hubungan dengan komunitas, hubungan dengan media, hubungan dengan pemimpin-pemimpin opini, hubungan dengan akademis dan hubungan dengan karyawan (*employee relations*). Tenaga kerja atau karyawan merupakan faktor sentral dalam suatu perusahaan yang selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan perusahaan dimana manusia menjadi perencana, pelaksana, serta penentu terwujudnya tujuan perusahaan. Oleh karena itu, *employee relations* merupakan salah satu komponen penting dalam aktivitas *public relations*.

Employee relations merupakan kegiatan untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya. Hubungan ini dalam rangka kepegawaian secara formal. *Employee relations* adalah suatu kerangka

kerja yang berkaitan dengan mempertahankan hubungan pimpinan dan karyawan. Dimana dengan adanya hubungan yang baik antara pimpinan dengan karyawan maka akan memberikan pengaruh yang baik pula dalam aktivitas sehari-hari perusahaan. Untuk mempertahankan hubungan tersebut, maka *public relations* harus merancang sistem komunikasi yang efektif sehingga mampu menyampaikan pesan secara internal agar bisa dipahami atau dikenal oleh karyawan dan para karyawan bisa ikut berpartisipasi menyampaikan gagasannya. Hal ini dapat dilakukan dengan teknik membuat *company profile*, presentasi video atau slide, pertemuan dinas, kunjungan oleh pihak manajemen, kunjungan staff, *gathering*, klub-klub social dan sebagainya. Kegiatan ini pun sudah banyak dilakukan oleh setiap perusahaan dan salah satunya adalah PT. Pilar Garba Inti.

PT. Pilar Garba Inti merupakan perusahaan dibidang kontraktor mekanikal dan elektrikal yang dikenal memiliki grade bintang 5 di bidang jasa konstruksi di Jakarta dan memiliki misi untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan sumber daya manusia. Oleh karena itu, maka *public relations* PT. Pilar Garba Inti harus mampu menjadi jembatan komunikasi antara pimpinan perusahaan dengan karyawannya dan menjadi penengah diantara keduanya. Selain itu, *public relations* PT. Pilar Garba Inti juga harus bisa membuat berbagai program kegiatan yang bisa menunjang aktivitas bekerja karyawan sehingga para karyawan bisa terus berkembang dengan pengetahuan dan pengalaman yang luas. Namun, tugas terpenting yang harus dilakukan oleh *public relations* PT. Pilar Garba Inti yaitu untuk membangun hubungan yang baik dengan karyawannya

(*employee relations*) yang menjadi komponen utama dalam menjalankan perusahaan dan pencapaian misi yang telah ditetapkan.

Tetapi dalam melaksanakan kegiatan *employee relations* tersebut, *public relations* PT. Pilar Garba Inti belum bisa melakukan dengan sepenuhnya karena di dalam perusahaan terdapat bagian kantor pusat dan juga bagian proyek yang tentu saja memiliki banyak perbedaan dimana bagian kantor pusat melakukan pekerjaan menetap di dalam kantor dan bagian proyek melakukan pekerjaannya di lapangan dengan waktu yang berbeda. Karena hal itulah maka sulit bagi perusahaan untuk bisa dekat dengan karyawannya dan mempersatukan antar karyawan. Berdasarkan dari permasalahan itulah, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk kualitatif. Penulis ingin memberikan gambaran atau uraian terhadap objek penelitian yang akan penulis teliti berdasarkan dari fakta-fakta yang penulis dapatkan di lapangan. Penulis ingin mendeskripsikan mengenai “Analisa Kegiatan *Public Relations* PT. Pilar Garba Inti Dalam Membangun *Employee Relations*”.

1.2 Fokus Penelitian

Membangun hubungan yang baik memang merupakan fungsi dari *public relations*. *Public relations* harus mampu membangun hubungan baik dengan masyarakat dan juga karyawan dalam perusahaan. Karyawan adalah asset perusahaan oleh karena itu, maka membangun *employee relations* merupakan hal terpenting. Perlunya membangun *employee relations* memang sangat disadari oleh PT. Pliar Garba Inti karena *public relations* PT. Pilar Garba Inti juga melakukan berbagai cara untuk bis amembangun *employee relations* tersebut. Hal ini

dilakukan agar bisa tercipta komunikasi yang baik diantara pimpinan dan karyawan sehingga terbentuk suasana kerja yang menyenangkan. Dengan adanya suasana yang menyenangkan maka akan meningkatkan semangat bekerja karyawan dan para karyawan bisa memberikan hasil kerja sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Berdasarkan dari uraian di atas, maka penulis menetapkan focus penelitian pada:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi *employee relations* di PT. Pilar Garba Inti?
2. Kegiatan apa saja yang dilakukan *public relations* PT. Pilar Garba Inti dalam membangun *employee relations* yang baik?
3. Bagaimana dampak kegiatan *employee relations* yang dilakukan oleh *public relations* PT. Pilar Garba Inti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari focus penelitian di atas, maka adapun tujuan dari laporan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui secara langsung kegiatan *public relations* PT. Pilar Garba Inti dalam membangun *employee relations*.
2. Dapat mengetahui kegiatan *employee relations* yang dilakukan PT. Pilar Garba Inti.
3. Untuk mengetahui faktor hambatan dalam pelaksanaan kegiatan *employee relations*.

1.4 Manfaat Penelitian

Di dalam laporan penelitian ini, manfaat penelitian dibagi menjadi dua yang terdiri dari:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *public relations* yang berkaitan tentang membangun *employee relations*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan kepada pembaca mengenai kegiatan *public relations* di dalam sebuah perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat digunakan oleh para praktisi *public relations* untuk membangun *employee relations* di dalam suatu perusahaan.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi untuk *public relations* PT. Pilar Garba Inti dalam membangun *employee relations*.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi uraian kerangka teori, definisi konsep, dan kerangka penelitian.

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi uraian metode dan desain penelitian, sumber data, teknik sampling, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan analisis data.

4. **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Berisi uraian gambaran umum perusahaan, analisa data dan hasil dan pembahasan penelitian.

5. **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran.