

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Proses keberlangsungan hidup manusia tentunya didukung dengan adanya sebuah komunikasi, komunikasi tak dapat tak terhindarkan, diibaratkan sebagai seorang anak tidak berbicara kepada orangtuanya karena si anak sedang marah kepada ibunya, akan tetapi si anak melakukan tindakan membanting pintu. Hal ini juga dikatakan sebagai komunikasi, walau tidak secara verbal tetapi ini digambarkan sebagai simbol atau sinyal biasa disebut nonverbal (*gesture*). Oleh karenanya, komunikasi menjadi proses berkehidupan yang paling mendasar.

Aspek-aspek yang berada dalam proses berkehidupan sosial perlu adanya komunikasi, baik dalam lingkup besar atau kecil sekalipun. Lingkup besar contohnya adalah dalam berkehidupan masyarakat, maupun organisasi. Membangun komunikasi dapat dikatakan mudah dan juga tidak, karena dalam berkomunikasi seringkali mengalami hambatan yang tidak diinginkan. Tetapi komunikasi sendiri mengharapkan timbal balik yang baik.

Perusahaan merupakan contoh dari sebuah organisasi yang sangat membutuhkan proses komunikasi didalamnya. Komunikasi dibangun agar dapat tercipta hubungan yang harmonis terhadap orang lain. Sebuah perusahaan, komunikasi menjadi kunci utama dalam proses pertukaran informasi antar bagian dalam perusahaan. Baik antar pimpinan perusahaan dengan karyawan, maupun karyawan dengan sesama karyawan dalam perusahaan tersebut. Dalam kenyataannya masalah komunikasi selalu muncul dalam proses organisasi. Oleh sebab itu,

komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi.

Komunikasi merupakan faktor yang sangat mendasari suksesnya suatu program kegiatan dalam mencapai tujuan aktifitas organisasi. Dengan komunikasi yang efektif maka aktifitas dan program yang direncanakan bisa berjalan sesuai dengan perencanaan sehingga organisasi dan komunikasi menjadi hal yang tidak terpisahkan. Aktifitas organisasi dalam perkembangannya sangat membutuhkan sumber daya manusia yang berkompeten dalam hal berkomunikasi hal ini dikarenakan orang yang berkompeten dalam komunikasi bisa menjadi fondasi bagi sebuah organisasi yang bisa berdampak positif sehingga tercapai tujuan dari organisasi tersebut. Namun dalam kenyataannya komunikasi yang efektif sekalipun tak menjamin bahwa perusahaan atau organisasi tersebut akan terbebas dari krisis. Hampir semua organisasi pernah mengalami krisis. Suatu krisis didefinisikan oleh berbagai aspek dari suatu situasi, yang mencakup suatu ancaman yang tinggi terhadap kehidupan dan eksistensi suatu organisasi yang berarti para pengambil keputusan harus bekerja dengan cepat untuk menanggulangi situasi tersebut.

Sebuah perusahaan tentunya mempunyai cara berkomunikasi tersendiri antara pimpinan dengan karyawannya. Melalui komunikasi, loyalitas karyawan terhadap sebuah perusahaan kemungkinan dapat terjadi, tergantung pada cara komunikasi seorang pimpinan di sebuah perusahaan tersebut. Loyalitas seorang karyawan terhadap perusahaan sangat dibutuhkan demi bertahannya sebuah

perusahaan. Loyalitas sebenarnya dapat diukur salah satunya melalui kewajiban untuk datang tepat waktu di perusahaan.

Suasana kerja juga menjadi faktor yang cukup penting untuk membangun loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Karenanya, seorang karyawan akan bekerja maksimal ketika suasana kerja yang mendukung antara lain suasana yang nyaman, kebersamaan dan lain sebagainya. Suasana ini biasanya disebut dengan iklim organisasi. Iklim organisasi positif tentu dapat memberikan pengaruh yang besar atau signifikan dalam kaitannya dengan loyalitas kerja seorang karyawan. Pengaruh tersebut bersifat positif, Ketika salah satu dimensi atau aliran dari sebuah iklim organisasi positif mengalami sebuah perbaikan, maka dampak positif akan timbul juga bagi peningkatan ke-loyalitan. Hal ini berpengaruh besar bagi perusahaan yang sejatinya bergerak dibidang marketing. Karyawan yang berada di lapangan dalam kesehariannya harus dibangun untuk memiliki rasa loyalitas dan dedikasi yang tinggi. Karena karyawan itu sendiri yang akan bersinggungan dengan konsumen secara langsung.

PT. Oze Mitra Nusantara adalah perusahaan yang bergerak dibidang *field Marketing*. Perusahaan sangat mengharapkan para karyawannya untuk dapat memajukan perusahaan dan juga membuat citra perusahaan positif dimata masyarakat serta dapat menciptakan hubungan harmonis diantara pimpinan dan karyawan diruang lingkup internal perusahaan PT Oze Mitra Nusantara menjalin komunikasi internal dalam usaha untuk meningkatkan loyalitas kerja karyawan dengan membangun hubungan stabil dan kondusif diantar keduanya yang dapat meningkatnya efektifitas dan juga loyalitas karyawan.

PT. Oze Mitra Nusantara juga tidak melupakan pentingnya menjaga reputasi perusahaan dari ancaman krisis yang tak terduga, karena setiap perusahaan pernah mengalami adanya krisis salah satunya pada PT. Oze Mitra Nusantara Palembang dimana sering terhambatnya aktivitas kerja karyawan khususnya pada tim sampling akibat adanya keterlambatan pada proses pemasokan barang yang dapat mengakibatkan menurunnya loyalitas karyawan karena gaji yang mereka terima sesuai berapa lama waktu mereka bekerja.

Selama peneliti melakukan observasi di lapangan dan melakukan wawancara singkat dengan HRD perusahaan PT. Oze Mitra Nusantara peneliti mendapatkan informasi bahwa dalam perusahaan tersebut tidak terdapat bagian khusus yang menangani manajemen krisis. Karena perusahaan PT. Oze Mitra nusantara yang berada di Palembang merupakan kantor cabang wilayah. Sehingga yang melakukan manajemen krisis langsung di tangani oleh kantor pusat tetapi sesuai dengan tahapan krisis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang komunikasi dalam mempertahankan loyalitas karyawan di PT. Oze Mitra Nusantara Palembang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut identifikasi masalah pada penelitian tersebut adalah :

1. Komunikasi yang terjalin antara karyawan dengan *supervisor* di perusahaan PT. Oze Mitra Nusantara Palembang belum terjalin dengan baik.

2. Adanya keterlambatan pemasokan barang untuk kegiatan promosi atau *sampling* yang dapat mengakibatkan menurunnya loyalitas karyawan.
3. Kurangnya tanggung jawab karyawan, keterlambatan datang.
4. Kurang profesional dalam bekerja, ditandai dengan kurang sadarnya untuk ikut terlibat dalam sebuah kegiatan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang akan di teliti yaitu bagaimana komunikasi PT Oze Mitra Nusantara Palembang dalam mempertahankan loyalitas karyawan ?

### **1.4 Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Batasan Masalah pada krisis komunikasi pada PT.Oze Mitra Nusantara cabang Palembang.
2. Informasi yang disajikan yaitu Komunikasi PT Oze Mitra Nusantara (*Supervisor*) dengan karyawan.

### **1.5 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi Organisasi di PT Oze Mitra Nusantara Palembang dalam mempertahankan loyalitas karyawan ?

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Khususnya yang mempelajari tentang komunikasi organisasi.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Bagi peneliti, dapat mengembangkan wawasan dan pengalaman bagi penulis, terutama dalam hal komunikasi dan dapat memberikan pengetahuan peneliti.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Agar penelitian ini tidak meluas, peneliti memberikan ruang lingkup untuk penelitian, yaitu :

1. Objek penelitian ini adalah Komunikasi organisasi dan loyalitas karyawan.
2. Subjek penelitian terdiri atas, 1 Orang *Supervisor* dan 3 orang Team leader PT Oze Mitra Nusantara Palembang.
3. Penelitian ini menggunakan Teori Hubungan Manusia
4. Metode pengumpulan data menggunakan, metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.