

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Karyawan atau tenaga kerja memiliki potensi besar dalam menjalankan kegiatan baiknya sehingga mampu memberikan output yang maksimal. Perusahaan dan karyawan adalah dua hal yang saling membutuhkan. Karyawan yang berprestasi dan berhasil membawa kemajuan bagi perusahaan dan mendatangkan keuntungan maksimal bagi dua belah pihak. Keberhasilan karyawan merupakan aktualisasi potensi diri sekaligus peluang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sedangkan bagi perusahaan, keberhasilan adalah sarana menuju pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, karyawan dan perusahaan harus mempunyai tujuan atau misi yang sama sehingga bisa menciptakan kemajuan atau peningkatan benefit perusahaan.

Pada sebuah perusahaan akan terdapat banyak sekali karyawan atau pekerja yang ada didalamnya. Mulai dari para karyawan yang sudah lama sampai dengan karyawan yang baru bergabung dengan sebuah perusahaan tersebut. Pada sebuah perusahaan pasti akan memiliki produknya tersendiri dan semua karyawan atau pekerja yang ada didalamnya harus dapat memahami produk-produk tersebut dengan baik dan benar. Terlebih jika produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut beragam jenisnya, maka para karyawan yang baru bergabung akan sangat buta akan produk-produk

tersebut. Maka dari itu pentingnya sebuah perusahaan untuk melakukan sebuah program pengenalan bagi para karyawan baru tersebut.

Perusahaan harus membuat sebuah program pengenalan yang dapat membantu para karyawan baru tersebut dalam memahami produk-produk yang ada pada perusahaan. Program pengenalan ini disebut program induksi, dimana program ini merupakan kegiatan awal bagi para karyawan atau pekerja baru pada sebuah perusahaan. Dimana mereka akan dilatih dan diajari tentang berbagai hal. Terutama mengenai produk-produk milik perusahaan. Program induksi dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan pelatihan atau dapat disebut orientasi yang dilaksanakan di tempat kerja dan didalamnya juga berupa praktik pemecahan permasalahan pada suatu perusahaan (Sudrajat, 2010). Program induksi juga dikatakan sebagai sebuah proses sosialisasi tentang bagaimana para karyawan baru menyesuaikan diri dengan perusahaan (Wong, 2004).

Melalui pemaparan tersebut maka dapat diartikan bahwa program induksi merupakan sebuah proses pelatihan untuk para karyawan atau pekerja baru dalam sebuah perusahaan. Dimana program ini bertujuan untuk memberikan arahan kepada para karyawan baru, sekaligus memberikan mereka kesempatan untuk dapat mengenal dan menyesuaikan diri mereka dengan perusahaan. Untuk dapat menjalankan program induksi ini maka dibutuhkan komunikasi yang baik dalam sebuah perusahaan. Dimana komunikasi sudah menjadi hal yang sangat penting dan terjadi setiap saat dalam sebuah

perusahaan. Maka dari itu sebuah perusahaan harus memiliki komunikasi yang baik dan benar didalamnya.

Komunikasi berawal dari gagasan yang ada pada seseorang, gagasan itu diolahnya menjadi pesan dan dikirimkan melalui media tertentu kepada orang lain sebagai penerima (Mulyana, 2018). Komunikasi yang baik dan efektif menjadi salah satu kunci dari berjalannya sebuah perusahaan. Dimana komunikasi yang baik harus terjalin antara atasan dan bawahan. Agar sebuah bawahan atau karyawan yang ada pada sebuah perusahaan dapat memiliki visi dan misi yang sama maka harus terjalin komunikasi baik dan efektif. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran karyawan tentang resiko dan solusi untuk karyawan dalam menghadapi masalah komunikasi yang dialami oleh karyawan (Alo Liliweri, 2013).

Dalam hal ini maka salah satu cara agar komunikasi pada sebuah perusahaan dapat berjalan dengan efektif adalah dengan membuat seluruh karyawan yang ada didalamnya memiliki pemahaman yang sama. Untuk dapat membuat para karyawan memiliki pemahaman yang sama, terutama para karyawan baru maka perlu adanya program induksi sebagai awalan bagi para karyawan untuk dapat mengenal perusahaan dan semua produk yang ada didalamnya lebih detail lagi. Dalam menjalankan program induksi dibutuhkan sebuah komunikasi yang dapat memberikan arahan kepada para karyawan baru, dimana komunikasi tersebut adalah komunikasi instruksional.

Komunikasi instruksional memiliki arti yaitu sebuah komunikasi yang dapat memberikan sebuah pengetahuan baru dalam berbagai jenis spesialisasi

atau dapat diartikan sebagai mendidik sebuah bidang pengetahuan tertentu (Yusup, 1989 h.18). Komunikasi instruksional juga dapat dijelaskan sebagai sebuah komunikasi yang didalam memiliki berbagai jenis variable mulai dari proses, strategi, teknologi dan sebuah sistem yang berkaitan dengan formal, juga penguasaan materi dari modifikasi hasil belajar (Lashbrook dan Wheelless dalam Nimmo, 1979 h.525.) Berdasarkan penjelasan tersebut maka komunikasi instruksional dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang dapat memberikan sebuah pengetahuan atau ilmu yang baru kepada seseorang.

1.2 Identifikasi Masalah

PT Bama Putra adalah sebuah perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 1995. Dimana perusahaan ini berfokus dalam memproduksi dan menjual plastik ABS yang dapat digunakan sebagai aksesoris otomotif seperti mobil, kereta dan juga bis. Produk yang diproduksi oleh PT Bama Putra memiliki berbagai macam jenis motif dan varian yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan para karyawan harus mendapatkan arahan dan informasi terkait produk-produk yang ada dari atasan perusahaan ini. Pada proses komunikasi antara atasan dan bawahan ini dinamakan komunikasi vertikal. Para karyawan baru yang baru bergabung dengan PT Bama Putra tentu akan sangat buta akan produk-produk pada perusahaan tersebut.

Jika, para karyawan tersebut tidak mendapatkan arahan yang baik maka akan menyebabkan pemahaman produk yang kurang baik bagi mereka. Yang menjadi permasalahan adalah para karyawan baru cukup asing dengan warna dan motif dari produk-produk yang ada pada PT Bama Putra. Dimana

jika dibiarkan hal itu akan memberikan dampak yang cukup fatal bagi perusahaan yaitu kurangnya pemahaman produk yang dialami oleh para karyawan. Dimana dampak dari kurangnya pemahaman produk akan memberikan dampak berupa menurunnya kinerja dari para karyawan tersebut. Untuk dapat membantu para karyawan maka dibuatlah kode simbolik guna untuk membantu para karyawan dalam memahami produk yang ada pada perusahaan.

Pemahaman produk yang dialami oleh para karyawan adalah berupa sulitnya membedakan motif-motif dan beberapa warna yang terbilang asing dimata para karyawan. Sehingga menimbulkan adanya pemahaman produk yang kurang baik. Hal tersebut terjadi karena para karyawan yang ada di PT Bama Putra mayoritas memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Dimana hal yang itu sangat berpengaruh bagi para karyawan dalam membedakan jenis warna dan jenis motif yang ada pada produk-produk perusahaan. Sehingga membuat pemahaman produk yang dimiliki juga kurang baik dan kurang maksimal.

Untuk dapat membantu penelitian ini disini peneliti menggunakan teori komunikasi yaitu teori konvergensi simbolik (Symbolic Convergence Theory). Teori Konvergensi Simbolik memiliki pemahaman yang cukup luas. Konvergensi sendiri berarti sebagai suatu cara yang dimana dunia simbolik pribadi dari dua atau lebih individu menjadi saling bertemu, lalu saling mendekati antara satu sama lain atau juga kemudian saling berhimpitan (Ernest Bormann, 1990 dalam Suryadi, 2010 h.431). Melalui pemaparan terserbut

dapat kita simpulkan bahwa teori konvergensi simbolik menjelaskan tentang bagaimana suatu kelompok dapat memiliki sebuah kode-kode simbolik guna untuk membuat kelompok menjadi memiliki pemahaman yang sama terhadap suatu hal.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa teori konvergensi simbolik dapat diartikan sebagai sebuah teori yang membantu untuk dapat menciptakan kelompok yang lebih kohesif melalui simbol-simbol. Dimana suatu kelompok yang tadinya memiliki pemahaman yang berbeda akan memiliki pemahaman yang sama dengan cara menggunakan simbol-simbol atau kode-kode yang dianggap dipahami secara bersama. Oleh karena itu teori ini dirasa cocok untuk membantu peneliti dalam meneliti permasalahan yang terjadi pada PT Bama Putra.

1.3 Rumusan Masalah

Bedasarkan indentifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka dari itu rumusan masalah dari penulis adalah :

Bagaimana efektivitas program induksi yang terjadi di PT Bama Putra melalui komunikasi instruksional dalam upaya untuk meningkatkan pemahaman produk perusahaan pada karyawan baru ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana efektivitas dari program induksi yang telah dilakukan oleh PT Bama Putra melalui komunikasi instruksional untuk meningkatkan pemahaman produk pada karyawan baru.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan antara lain:

1. Akademis

- a. Penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui lebih lanjut terkait komunikasi terutama komunikasi instruksional.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemaparan tentang program induksi yang baik dan benar.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman terkait komunikasi instruksional yang terjadi di dalam program induksi guna dalam meningkatkan pemahaman produk dari para karyawan baru.

2. Praktis

Penelitian ini nantinya diharapkan bisa menjadi referensi bagi PT Bama Putra agar dapat menganalisis permasalahan yang sedang dialami sekarang dan kedepannya semakin banyak karyawan pada perusahaan ini yang sudah semakin paham terhadap produk-produk yang ada di PT Bama Putra.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka dibuat sistematika penelitian yang merupakan isi secara singkat dari penulisan skripsi ini. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

- **Bab I Pendahuluan**

Berisikan : latar belakang, indentifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian dan sistematika penelitian.

- **Bab II Subjek dan Objek Penelitian**

Berisikan : subjek penelitian, objek penelitian dan tempat penelitian.

- **Bab III Tinjauan Pustaka**

Berisikan : Teori yang akan digunakan, konsep-konsep penelitian, model penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

- **Bab IV Metode Penelitian**

Berisikan : teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, metode analisis data dengan berpikir induktif, teknik pengumpulan data, teknik pengujian instrument dan teknik analisis data.

- **Bab V Hasil dan Pembahasan**

Berisikan : hasil penelitian dan pembahasan.

- **Bab VI Simpulan dan Saran**

Berisikan : simpulan dan saran.

