

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pentingnya menjaga satu di antara hal yang memberi dampak kemajuan dan perkembangan merupakan hubungan positif dengan publik, *internal* organisasi atau bisnis suatu organisasi. Dengan hubungan yang baik, maka seluruh anggota organisasi atau perusahaan menjadi bagian dari publik *internal* organisasi dan merasa nyaman dalam menjalankan tugasnya. Tugas melaksanakannya, juga komitmen yang diberikan oleh organisasi atau asosiasi. Berbicara tentang hubungan batin, tentu erat kaitannya dengan yang namanya media batin, yaitu saluran komunikasi batin yang digunakan oleh kalangan terbuka dalam suatu perkumpulan atau organisasi. Media interior berperan sebagai penghubung antara pengurus asosiasi atau organisasi dengan para pekerjanya. (Fuentes, 2017)

Komunikasi *Internal* ialah fungsi komunikasi anatara bagian manajemen perusahaan dengan karyawan yang dibuat khususnya dari instansi perusahaan guna menjalin dan memelihara hubungan dengan pemangku kepentingan *internal* guna menumbuhkan interelasi sentimental yang dicontohkan dengan dedikasi dan keterlibatan yang efektif dalam kaitannya dengan tujuan perusahaan. Identifikasi organisasi adalah seperangkat kondisi di mana karyawan bekerja dengan bangga, merasa aman, dan merasa menjadi bagian dari perusahaan, memungkinkan dedikasi pribadi terhadap kinerja. Interaksi antar pribadi merupakan kunci bagi sebuah organisasi untuk membangun *Organizational Identification*. (Wijaya et al., 2015)

Public relation merupakan Fungsi manajemen yang berfungsi sebagai penghubung antara publik organisasi dan komunikasi *internal*, berperan dalam menyelesaikan masalah saat ini. Tanpa spesialisasi profesional, seorang praktisi *public relations* tidak dapat sepenuhnya memahami bagaimana peran profesi menjadi semakin bias. Memahami fungsi *public relations* sangat penting untuk memahami komunikasi organisasi dan *public relations*. (Soyusiawaty, 2017)

Kegiatan yang ditujukan kepada khalayak dalam suatu perusahaan disebut sebagai sikap *Internal Public Relations*, atau IPR. Ketika suatu tindakan atau keahlian dilakukan, humas internal berusaha untuk mengidentifikasi dan memperoleh faktor-faktor yang menumbuhkan dan persepsi dalam masyarakat. Kemudian, para profesional humas harus mampu memantau secara dekat setiap aspek operasi lembaga, termasuk keahlian dan perencanaan tindakan. Iklan ke dalam adalah juga iklan yang dilakukan oleh otoritas suatu asosiasi atau individu untuk membuat hubungan yang bermanfaat berdasarkan standar pemahaman bersama dan kepercayaan bersama. (Nasution, 2019)

Kegiatan yang melibatkan hubungan *internal* yang dilakukan oleh individu tertentu profesional dalam hubungan pemegang saham, hubungan karyawan-karyawan, hubungan masyarakat, dan hubungan karyawan-karyawan harus dapat berbicara dengan karyawan di semua tingkatan, formal dan informal, untuk mendapatkan umpan balik dan saran untuk kebijakan. Komunikasi antara manajemen dan staf adalah fungsi kunci dari hubungan masyarakat. Dalam melaksanakan proyek untuk lebih mengembangkan hubungan perwakilan seharusnya memberikan hasil yang baik, misalnya membuat buruh merasa

dihargai dan benar-benar fokus pada manajemen. Alhasil, dapat menumbuhkan rasa memiliki guna memaksimalkan prestasi kerja. (Vili & Nancy, 2013)

Mengingat setiap orang adalah unik, maka perlu adanya komunikasi internal timbal balik agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam hubungan internal perusahaan antara pimpinan dengan karyawan atau sesama pekerja. Akibatnya, penting untuk memiliki lingkungan kerja yang positif di mana karyawan dan perusahaan dapat bekerja sama dengan cara yang baik untuk semua orang. Melalui pelaksanaan Kegiatan dalam *employee relations*, selain bertujuan untuk memberikan dedikasi dan menjalin kerjasama antar anggota, khususnya untuk meningkatkan hubungan karyawan dan mendorong komunikasi *internal* yang efektif dalam perusahaan dengan pimpinan perusahaan maupun antar karyawan untuk menjamin kesejahteraan yang berkesinambungan kondisi

Peneliti bersama Pimpinan Nasional (*regional manager*) Sebuah perusahaan MLM, PT Melia Sehat Sejahtera berfokus pada kesehatan dan kebugaran. Proses pengerjaannya adalah memperkenalkan atau menceritakan tentang lima pilar PT Melia Sehat Sejahtera, sejalan pada wawancara pra penelitian. Lima poin dukungan sangat bagus dalam hal profil, validitas, produk luar biasa, dan kerangka kerja promosi. Produk PT Melia Sehat Sejahtera yaitu melia biang dan propolis lebih dikenal dibandingkan MLM (*multi level marketing*) yang biasanya memiliki produk lebih dari dua bahkan puluhan. Perusahaan MLM (*multi level marketing*) seperti PT Melia Sehat Sejahtera membayar lemburan anggota setiap hari kerja (harian), sebagai contoh pada hari senin. Jika perusahaan memiliki

banyak omset pada hari Selasa, bonus langsung dibayarkan. Ada juga bonus mingguan selain bonus harian.

PT Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan menerapkan sistem pemasaran. Di zaman sekarang ini banyak pesaing, dan perusahaan memiliki banyak anggota atau karyawan yang merebak di banyak penjuru. Maka dari itu, perlu adanya strategi kehumasan. Penulis menekankan pada kegiatan strategis humas *internal* yang berlangsung di tempat kerja. Aktivitas ini mencakup hubungan dengan orang-orang yang terkait dengan pemimpin dan karyawan yang akan membantu menghilangkan gangguan yang disebabkan oleh miskomunikasi, yang akan menghasilkan kolaborasi yang lebih produktif serta rasa bahagia dan kepuasan.

PT Melia Sehat Sejahtera Keyakinan bahwa jika seorang karyawan telah memiliki rasa memiliki dan cinta terhadap perusahaan, ia akan bekerja dengan jujur, menikmati semua pekerjaannya, menjadi ahli di bidangnya, berinteraksi secara positif dalam semua bidang terkait, percaya pada perusahaan. perusahaan, mencintai produk PT Melia Sehat Sejahtera, dan berkomitmen terhadap perusahaan. Peran humas diperlukan untuk menjaga hubungan *internal* agar karyawan tetap berkomitmen terhadap bisnis.

Studi oleh Dikriansyah (2018) juga memberikan penjelasan untuk ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa manusia berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Misalnya, mereka dapat menunjukkan penghargaan dengan memberikan bonus, penghargaan, atau promosi. Mereka juga dapat mendengarkan ide dan menghargainya. Karyawan juga menyediakan program khusus, seperti

liburan atau *gathering*. Interaksi antara pimpinan dan pegawai, hubungan antar pegawai, memberikan rasa aman, dan menempatkan pegawai sesuai dengan kemampuannya merupakan faktor tambahan yang mempengaruhi upaya peningkatan kinerja pegawai.

Dari fenomena tersebut di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk mempelajari bagaimana kegiatan strategi kehumasan internal PT. Melia Sehat Sejahtera dengan judul “**Strategi *Internal Public Relation* PT Melia Sehat Sejahtera Dalam Menjaga Hubungan Karyawan**”

1.2.Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah jenis kontemplasi yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk digunakan sebagai panduan peneliti untuk fokus mengenai kajian. Dalam hal ini, penelitian ini fokus membahas “Bagaimana strategi *internal public relations* dalam menjaga hubungan antar sesama karyawan, Bagaimana komunikasi *internal public relations* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera untuk menjaga hubungan antar karyawan dan Bagaimana membangun relasi di dalam hubungan *internal public relations* di PT Melia Sehat Sejahtera”

1.3.Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Strategi *Internal Public Relations* PT Melia Sehat Sejahtera Dalam Menjaga Hubungan Karyawan?

2. Bagaimana komunikasi *Internal Public Relations* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera untuk menjaga hubungan antar karyawan?
3. Bagaimana membangun relasi di dalam hubungan *Internal Public Relations* di PT Melia Sehat Sejahtera?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah ada, penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Internal Public Relations* PT Melia Sehat Sejahtera Dalam Menjaga Hubungan Karyawan.
2. Untuk mengetahui Bagaimana komunikasi *Internal Public Relations* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera untuk menjaga hubungan antar karyawan.
3. Untuk mengetahui Bagaimana membangun relasi di dalam hubungan *Internal Public Relations* di PT Melia Sehat Sejahtera.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharap bisa berperan pada ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, dapat memberikan sumbangan pemikiran, dan sebagai pengembangan pada aspek teoritis mengenai *Internal Public Relations*.

1.5.2. Manfaat Praktis

Dibawah ini beberapa manfaat praktis, yaitu

1. Bagi Peneliti

Menjadi penambahan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang *Internal Public Relations* sehingga peneliti akan memahami bagaimana sebuah *internal public relations* dalam perusahaan dijalankan atau diterapkan

2. Bagi Institusi Universitas Putera Batam

Penelitian di dapat sehingga menjadi panduan ataupun pedoman untuk kedepannya bagi Universitas Putera Batam maupun pada fakultas Sosial dan Humaniora yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Semoga bisa menjadi pandangan, pandangan maupun acuan untuk peneliti selanjutnya dalam pengambilan variabel, dan untuk perbandingan dengan penelitian lainnya yang akan diteliti oleh peneliti lanjutan.

1.5.3. Manfaat Sosial

Misi utama PR adalah untuk mengakrabkan publik dan organisasi/lembaga satu sama lain, dan merupakan tanggung jawab mereka untuk menjembatani kesenjangan antara kepentingan yang berbeda sehingga mereka dapat bekerja sama.