

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian**

Kencangnya laju globalisasi membuat persaingan dunia bisnis semakin pesat. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan harus memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif, respons yang cepat dan fleksibel, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain khususnya dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis. Dimana setiap perusahaan terus berusaha mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan.

Saat ini perusahaan semakin berorientasi pada masyarakat luas, untuk itu diperlukan strategi yang tepat, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk sumber daya manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, selain itu perusahaan sangat penting untuk memberikan kondisi lingkungan yang membuat karyawan nyaman saat bekerja sehingga dapat menciptakan kelompok kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya akan membentuk sikap perilaku karyawan atau anggota sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai.

PT. Asha Ramas Anugerah, ASRA 10 *Tours & Travel* yang berdiri sejak tahun 2010 merupakan sebuah perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang jasa pariwisata *tours & travel* meliputi penjualan tiket pesawat domestik dan internasional, paket perjalanan wisata domestik (Bali, Jogja, Malang, Bromo, Lombok, Makasar, Jakarta) dan juga wisata international (Singapore, Malaysia, Hongkong, Thailand), penyelenggara perjalanan umrah & haji, layanan *voucher* hotel, pengurusan dokumen perjalanan seperti paspor & visa dll, penyediaan kendaraan wisata (Rent Car), dan layanan travel darat Surabaya-Jember. ASRA10 *Tours & Travel* bekerja sama (Joint Operation) dengan PT. ANNUR MAKNAH WISATA untuk menyelenggarakan paket umroh & haji plus di Jawa Timur, dengan izin umroh dari Kementerian Agama RI No. D/416-Tahun 2007 dan izin haji dari Kementerian Agama RI No. D/517- Tahun 2008.

Di Surabaya saat ini, tidak sedikit pesaing – pesaing yang muncul di bidang yang sama dan memiliki kekhasan jenis layanan, bahkan ditunjang pula dengan kelengkapan fasilitas pemberian layanan jasa lainnya. Hal ini terjadi karena setiap perusahaan terus berusaha untuk mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan, sehingga penerapan strategi tertentu harus dilakukan untuk mempertahankan kondisi perusahaan.

Dalam mempertahankan konsumennya, ASRA10 *Tours & travel* berusaha menjalin interaksi serta komunikasi yang baik dengan publik. Dengan adanya hubungan ini, maka peran *Public Relation* menjadi

vital bagi perusahaan. Keberadaan *Public Relations* dinilai penting bagi perusahaan karena berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publik, baik publik *internal* maupun publik *eksternal* sehingga bisa menciptakan hubungan yang harmonis.

Dalam menangkap dan mempertahankan konsumen serta mutu pelayanan, sangat diperlukan adanya manajemen dan organisasi yang solid didalamnya. Manajemen dan organisasi dapat merupakan satu kesatuan yang utuh, dimana yang satu tidak dapat dipisahkan dari lainnya.<sup>1</sup> Maka dari itu *Public Relations* memiliki arti yang penting dalam sebuah perusahaan yaitu sebagai sumber informasi yang mampu menjembatani antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan publik, baik publik *internal* maupun *eksternal*.

Seperti halnya perusahaan lain, ASRA10 *Tours & Travel* juga berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan atasan dan bawahan serta seluruh karyawan yang ada, maka dibutuhkan pembinaan hubungan yang harmonis dan dinamis pula agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Karyawan yang mempunyai kinerja tinggi pasti memiliki *sense of belonging* dan *sense of ownership* dalam dirinya. Sementara karyawan ASRA 10 *Tours & Travel* hanya memiliki *sense of belonging*. Namun *sense of belonging* saja tidak cukup, karyawan juga harus mempunyai *sense of ownership*.

---

<sup>1</sup>Onong, Uchyana, Efeendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 1.

Karyawan yang punya *sense of belonging* merasa bahwa dia adalah milik perusahaan, karena itu dia akan melakukan segalanya untuk perusahaan. Dengan demikian dia akan menjadi karyawan yang baik, penurut, taat dan patuh. ini justru berbahaya. Karena dia belum tentu bisa dan mau berkekrativitas. Padahal pada saat ini dan tahun-tahun mendatang batas antara pemikir dan pelaksana di perusahaan akan semakin kabur. Jangan hanya pimpinan saja yang memposisikan diri sebagai *thinkers*, sedangkan karyawannya disarankan hanya untuk bekerja. Semua SDM perusahaan, siapa pun dia harus ikut berpikir dan berkekrativitas. Kalaupun perusahaan bisa maju dari tahun ke tahun mungkin pucuk pimpinan saja yang berani ambil inisiatif dan kreatif, yang lain hanya bekerja sesuai dengan instruksi atasan saja dan jika target sudah tercapai maka sepertinya selesai sudah tugas dari karyawan tersebut. Bukan hanya sekedar mencapai target tetapi sebagai seorang karyawan juga mampu untuk meningkatkan penjualan dan berperan dalam kesuksesan sebuah perusahaan, pada kondisi yang sebenarnya secara tidak tertulis pimpinan ASRA10 *Tours & Travel* berkomitmen jika karyawan mereka mampu meningkatkan penjualan dari target yang telah dicapai tiap divisi, pihak pimpinan juga akan memberi *reward* yang lebih kepada para karyawan sebagai motivasi untuk para karyawan agar mampu lebih berkekrativitas dan berinovasi dalam meningkatkan penjualan dan mencari klien yang baru. Namun, karyawan belum mampu untuk memenuhinya, karena faktor SDM yang bukan lagi usia muda dan kurang mau berkekrativitas atau berinovasi

lebih baik. Para karyawan hanya melakukan apa yang diinstruksikan oleh pimpinan saja. Disinilah pentingnya *sense of ownership* pada karyawan. Selain itu intensitas komunikasi di antara pimpinan dan karyawan yang rendah membuat pimpinan sulit mengetahui kebutuhan dan keinginan karyawan. Di samping itu karyawan pun juga kurang tahu dengan apa yang sebenarnya diharapkan perusahaan darinya. Karena karyawan melakukan seluruh aktifitas kerja dengan instruksi pimpinan dan merasa apa yang telah dilakukan oleh para karyawan lebih dari cukup, namun berbeda dengan apa yang pimpinan inginkan selama ini.

Komponen sumber daya manusia yang handal dan berkualitas serta memiliki dedikasi yang tinggi terhadap sebuah perusahaan merupakan kebutuhan perusahaan dalam mewujudkan tujuan dan harapan perusahaan sesuai dengan visi misi perusahaan. Namun dalam penelitian kali ini, peneliti memfokuskan batasan masalah pada kegiatan internal public relations, yakni *Employee Relations*. Hubungan kepegawaian (*Employee Relations*) di pengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif.<sup>2</sup>

Pihak manajemen perusahaan sudah menciptakan komunikasi *internal* yang baik karena langsung menyangkut kepentingan-kepentingan yang mendasar dari pihak manajemen sendiri. Komunikasi *internal* pada ASRA10 *Tours & Travel* secara garis besar sudah baik, namun antara

---

<sup>2</sup>Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, cet.9 (Jakarta : Rajawali Pers, Cet 9, 2008), hlm. 271.

karyawan terhadap pimpinan masih ada yang ditutupi. Pada acara *meeting* yang dilakukan oleh pimpinan, para karyawan masih harus di pancing untuk mau berkomentar tentang segala sesuatu mengenai perusahaan dan harapan mereka. Selain itu masih sering terjadi di antara para karyawan yang menyimpan unek – unek tapi tidak disampaikan kepada pimpinan dan menjadi bahan omongan di belakang pimpinan. Selain itu, perhatian pimpinan terkadang terpecah pada satu divisi sehingga kurang memperhatikan keinginan keseluruhan karyawan divisi lainnya. Manajemen harus menyadari bahwa karyawan merupakan ujung tombak dan sekaligus representasi dari kebijakan manajemen/organisasi. Baik buruknya kebijakan dan atau manajemen dapat dilihat dari kinerja karyawan. Komunikasi internal yang baik akan meningkatkan produktivitas. Hal itu tercipta bukan hanya karena seluruh karyawan bekerja lebih keras, akan tetapi yang lebih penting dari itu, karena mereka bekerja lebih sungguh-sungguh, lebih ikhlas, lebih bersemangat, lebih terampil dan lebih efisien.

Di ASRA10 *Tours & Travel* sendiri, beberapa waktu yang lalu sudah mengikutsertakan beberapa karyawannya dalam program pelatihan maupun seminar yang di biayai oleh perusahaan, namun tidak ada hasil yang signifikan setelah mengikuti program-program tersebut. Melalui kegiatan *employee relations* yang merupakan program *internal relations* dan kekuatan mengelola sumber daya manusia yang baik dan handal, kegiatan *employee relations* otomatis akan sangat berpengaruh dan

menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan seperti bekerja dengan penuh semangat, memiliki loyalitas, berdisiplin tinggi, serta mampu mencapai standar kerja yang efisien dan efektif dan akhirnya berpengaruh terhadap bentuk-bentuk produk atau pemberian jasa yang ditawarkan kepada pelanggan (*customer*), sehingga tercapai prestasi kerja yang semaksimal mungkin. Jika komunikasi 2 arah ini bisa terus berlangsung, semuanya akan menjadi jauh lebih baik, karena bagaimanapun juga dalam sebuah perusahaan kita bekerja sebagai satu tim, baik antara karyawan yang satu dengan karyawan lain, maupun antara karyawan dengan pemimpin. Di sinilah komunikasi yang sehat sangat dibutuhkan.

PT. Asha Ramas Anugerah dipilih oleh peneliti sebagai studi kasus dalam penelitian ini, karena peneliti telah melakukan kegiatan magang selama dua bulan di perusahaan tersebut, sehingga peneliti perlu meneliti lebih dalam lagi mengenai apa yang ada di dalam perusahaan tersebut. Selain itu, dalam usianya yang masih muda, yaitu tiga tahun untuk sebuah perusahaan jasa pariwisata sudah mampu memiliki *customer* yang loyal dari tingkat menengah keatas. Hasil yang memuaskan atas kerja keras pimpinan PT. Asha Ramas Anugerah. Namun, perkembangan yang semakin bagus ditiap tahun perkembangannya juga masih ada kekurangan yang biasa berdampak kurang baik bagi perusahaan dalam hal komunikasi internalnya antara pimpinan dan karyawannya. Hal tersebut yang membuat

peneliti ingin mengupas lebih dalam lagi mengenai hubungan karyawan di PT. Asha Ramas Anugerah.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik sebuah fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi antara pimpinan dan karyawan di PT. Asha Ramas Anugerah dalam membina kinerja karyawan ?
2. Bagaimana *employee relations* di PT. Asha Ramas Anugerah dalam membina kinerja karyawan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan memahami pola komunikasi yang digunakan di PT. Asha Ramas Anugerah.
2. Untuk mendeskripsikan dan memahami pelaksanaan kegiatan *employee relations* di PT. Asha Ramas Anugerah dalam membina kinerja karyawan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini, adalah :

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat menambah dan memperkuat teori sebelumnya yang berkaitan dengan ilmu komunikasi terutama



pada bidang *public relations* tentang pelaksanaan kegiatan *employee relations*.

- b. Menjadi gambaran bagi mahasiswa dan praktisi *public relations* bahwa dalam dunia *public relations* banyak hal yang harus dipelajari agar bisa menjadi PR yang handal.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pihak PT. ASHA RAMAS ANUGERAH khususnya *internal* perusahaan, bahwa kegiatan *employee relations* sangatlah penting untuk meningkatkan kualitas serta produktivitas kerja karyawan dan dapat menjadi tambahan informasi dalam menjalankan program.

## E. Kajian Terdahulu

Tabel 1.1

Nama Peneliti	Roni Ilhamsyah	Alimuddin
Jenis Karya	Iklim Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan pada PT. Menara Suci Sejahtera – Sidoarjo	Hubungan kegiatan Regular Meeting dan kepuasan komunikasi karyawan
Tahun Penelitian	2008	2011
Metode Penelitian	Kualitatif Deskriptif	Kuantitatif Korelasional
Hasil Penelitian	Tanpa adanya iklim organisasi yang baik	Dengan menggunakan metode

	<p>dalam suatu organisasi maka akan mengakibatkan suatu organisasi mengalami kehancuran.</p> <p>Iklm komunikasi organisasi dalam persepsi karyawan sebuah perusahaan mencakup tiga aspek, yaitu : aspek mengenai sumber – sumber komunikasi yang berupa informasi, aspek mengenai organisasi yang menciptakan kepuasan komunikasi, dan aspek mengenai organisasi dalam membentuk iklim komunikasi di lakukan dengan melibatkan karyawan. Sedangkan kinerja karyawan merupakan unit kerja yang berorientasi pelayanan pada perusahaan jasa mendasarkan kinerjanya pada pada garis kebijaksanaan sebagai awal dalam menjalankan faktor – faktor kinerja karyawan.</p>	<p>penelitian pendekatan kuantitatif, dan teknik pengumpulan data menggunakan angket.</p> <p>Penelitian ini membuktikan bahwa ada korelasi kegiatan regular meeting dengan kepuasan komunikasi karyawan.</p> <p>Berdasarkan harga koefisien korelasi sebesar 0,604 dimana harga korelasinya bersifat positif, artinya semakin sering mengadakan regular meeting maka semakin tinggi tingkat kepuasan komunikasi karyawan</p>
Tujuan Penelitian	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam iklim komunikasi organisasi dan kinerja karyawan pada PT.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui hubungan kegiatan regular meeting dan kepuasan komunikasi karyawan</p>

	Menara Suci Sejahtera	PT. Infomedia Nusantara Tbk Yellow pages Opertion Surabaya periode february sampai april 2011 dan ingin mengetahui sejauh manakah hubungan kegiatan regular meeting dan kepuasaan komunikasi karyawan PT. Infomedia Nusantara Tbk Yellow pages Opertion Surabaya periode february sampai april 2011
Perbedaan	Terletak pada pembahasan, subyek, objek, dan lokasi penelitian	Terletak pada metode penelitian, subyek, objek, dan lokasi penelitian
Persamaan	Terletak pada metode penelitian yang digunakan	Terletak pada metode pembahasan yang digunakan

## F. Definisi Konsep

Untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian yang dilakukan ini, maka penulis perlu menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul, untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini.

### 1. Employee Relations

*Employee relations* (hubungan dengan kepegawaian) atau disebut *Publik Internal* atau juga hubungan masyarakat *internal* adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu perusahaan yang

jelas baik secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini yang di maksud *Employee Relations*, yaitu sekelompok orang yang bekerja di *Asra10 Tours & Travel* secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan untuk mencapai visi dan misi perusahaan dan dapat meningkatkan hubungan internal antara pimpinan dan karyawan juga antara karyawan dengan karyawan yang berdampak positif kepada publiknya.

## 2. Membina

Membina adalah memelihara dan menjalin hubungan yang baik antara pimpinan dengan bawahan untuk menciptakan citra yang baik di mata *customer* dan karyawan.

Dalam penelitian ini, membina adalah cara yang digunakan oleh *Asra10 Tours & Travel* untuk menciptakan citra yang baik pada *customer* dan karyawan.

## 3. Kinerja Karyawan

Kinerja menurut Anwar Prabu Mangkunegara adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam

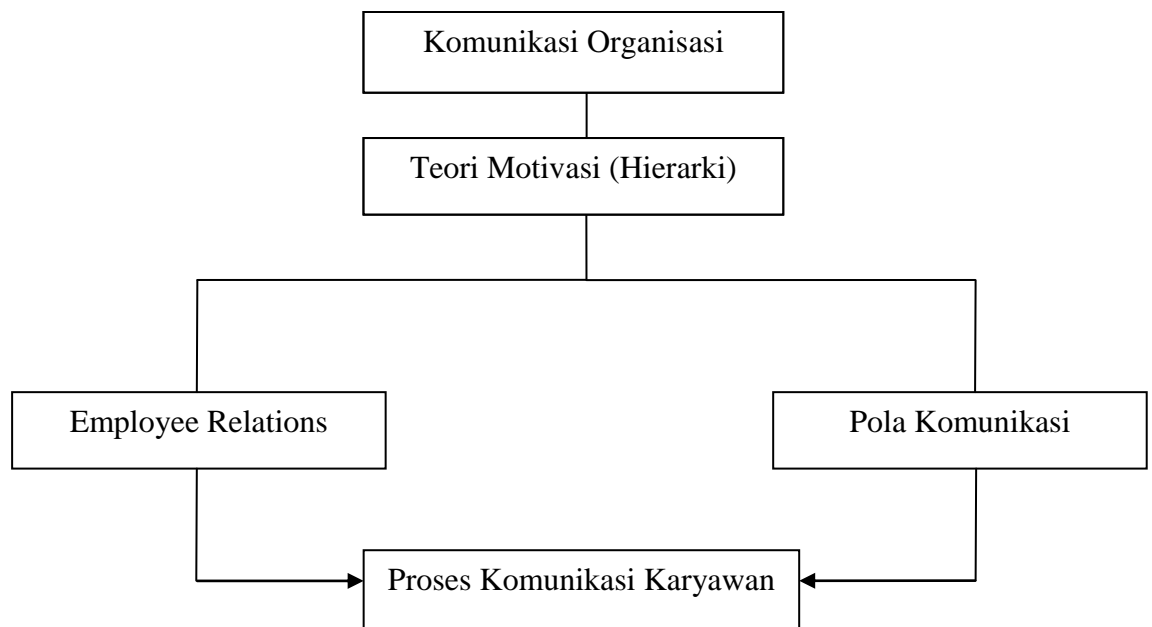
---

<sup>3</sup>Ruslan, Rosady, *Manajemen Humas & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta : Grafindo Persada, 2002), hlm. 279.

melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>4</sup>

Jadi, kinerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil kerja pada karyawan *Asra10 Tours & Travel* dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan kebijakan perusahaan dan tanggung jawab yang diembannya dimana hasil kerja para karyawan tersebut dilihat dari segi kualitas dan kuantitasnya.

### G. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

<sup>4</sup>Anwar Prabu M, *Evaluasi Kinerja SDM*, (Bandung: Refika Aditama, 2006), hlm. 5.

## H. Metode Penelitian

Untuk memperkaya data dan lebih memahami informasi dalam menyusun skripsi ini maka penulis menggunakan beberapa metode, antara lain :

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian tentang *employee relations* dalam membina kinerja karyawan, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak, oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih kepada penekanan makna.<sup>5</sup>

Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena di dalam penelitian manajemen komunikasi bisnis berbentuk argumentasi data-data dan dokumentasi sehingga harus menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengamatan yang dilakukan peneliti kebanyakan datanya berupa kata-kata bukan angka-angka jadi harus terlibat langsung di dalamnya.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2005), hlm. 3.

2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian.

- a. Subyek penelitian yang diambil dari beberapa informan, yakni :

Tabel 1.2

NO	NAMA	Usia	Pendidikan	Jenis Kelamin	Status Informan
1	H. Nurul Huda, Lc	41	S1	L	Direktur
2	Edi Sami'in, S.E	30	S1	L	Div. Umum (Wk. Direktur)
3	Heri Susanto	33	SMU	L	Supervisor
4	Gagah Gandhi, S.E	48	S1	L	Karyawan
5	Ana Juliani	40	SMU	P	Karyawan

Subyek dalam penelitian ini adalah orang – orang yang terlibat atau bergerak dalam seluruh kegiatan dan benar – benar memahami mengenai apa yang ada di *Asra10 Tours dan Travel* sejak berdiri di tahun 2010 hingga bertahan sampai saat ini. Informan yang dipilih oleh peneliti adalah mereka yang memahami mengenai jasa pariwisata di PT. Asha Ramas Anugerah. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah mereka yang tercantum di dalam tabel diatas. Penetapan informan ini dilakukan dengan mengambil orang yang telah terpilih betul oleh peneliti menurut cirri spesifik yang dimiliki oleh sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal tersebut

dinamakan teknik *purposive sampling* yaitu sample dipilih dengan cermat hingga relevan dengan design penelitian.

- b. Objek penelitian adalah aspek keilmuan komunikasi yang menjadi kajian penelitian. Subjek penelitian ini mengenai kegiatan *Employee Relations* dalam membina kinerja karyawan dan menggunakan subjek penelitian dalam kajian komunikasi organisasi.
- c. Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Penelitian dilakukan di Komplek Pertokoan Istana Permata, tepatnya di Jalan Ngagel Jaya Indah Kav A2-18 Surabaya. Lokasi PT. Asha Ramas Anugerah ini cukup jauh dari pusat kota Surabaya tepatnya di bagian kota timur Surabaya. Perusahaan ini berada di seberang RS. Bedah Surabaya dan di sebelah utara toko buku manyar jaya dan dekat dengan beberapa kampus swasta ternama di Surabaya dan Badan Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Timur.

### 3. Jenis dan Sumber Data

#### a. Jenis Data

- Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dari sumbernya, yaitu orang yang berpengaruh dalam proses perolehan data atau bisa disebut *key informan* yang memegang kunci utama dari sumber penelitian ini, karena informan merupakan seseorang yang benar-benar tahu dan



terlibat dalam kegiatan proses *employee relations* di PT. Asha Ramas Anugerah.

- Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Peneliti memperoleh data dengan mempelajari data-data yang dipublikasikan seperti buku-buku teks, literature, jurnal ilmiah, website, dokumen-dokumen ataupun sumber lain yang masih relevan dengan masalah yang diteliti.

b. Sumber Data

- Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dari subjek penelitian (informan) dan masih harus diteliti serta memerlukan pengolahan lebih lanjut lagi. Data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian bisnis dan yang sering kali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan.<sup>6</sup> Data-data tersebut seperti hasil wawancara dengan beberapa informan, yakni :

---

<sup>6</sup> Purhantara wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, cet pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 79.

Tabel 1.2

NO	NAMA	Usia	Pendidikan	Jenis Kelamin	Status Informan
1	H. Nurul Huda, Lc	41	S1	L	Direktur
2	Edi Sami'in, S.E	30	S1	L	Div. Umum (Wk. Direktur)
3	Heri Susanto	33	SMU	L	Supervisor
4	Gagah Gandhi, S.E	48	S1	L	Karyawan
5	Ana Juliani	40	SMU	P	Karyawan

- Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan dan data tersebut sudah diolah seperti gambaran umum perusahaan, struktur organisasi. Data ini juga bisa diperoleh dengan mempelajari berbagai pustaka dan literature lainnya yang memiliki relevansi dengan sasaran penelitian seperti buku-buku teks mengenai *employee relations* dan kinerja karyawan.

#### 4. Tahap – tahap penelitian

Tahap ini terdiri atas tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap penulisan laporan.

a. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap yang mempersoalkan segala macam persiapan yang dilakukan sebelum peneliti terjun langsung ke dalam kegiatan itu sendiri. Dalam tahap pra lapangan terdiri atas<sup>7</sup> :

a) Menyusun rancangan penelitian

Rancangan penelitian mengatur sistematika yang akan dilaksanakan dalam penelitian. Peneliti harus memahami berbagai metode dan teknik penelitian. Metode dan teknik penelitian disusun menjadi rancangan penelitian. Mutu keluaran penelitian ditentukan oleh ketepatan rancangan penelitian serta pemahaman dalam penyusunan teori.

b) Memilih lapangan penelitian

Pemilihan lapangan penelitian diarahkan oleh teori sustansif yang dirumuskan dalam bentuk hipotesis kerja walaupun ,masih tentatif sifatnya. Dalam menentukan lapangan penelitian kita harus mempelajari dan mendalami fokus serta rumusan lapangan penelitian.

c) Mengurus surat perizinan

Yang harus dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian adalah siapa saja pihak yang berwenang dalam

---

<sup>7</sup> Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 127.

memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian dan persyaratan lain yang diperlukan dalam pengurusan perizinan.

d) Menjajaki dan menilai lapangan

Pada tahap ini, peneliti baru melakukan orientasi lapangan dan dalam hal-hal tertentu telah menilai keadaan lapangan. Tujuan dari tahapan ini adalah mengenal segala unsur lingkungan sosial, fisik, dan keadaan alam supaya peneliti dapat mempersiapkan diri serta menyiapkan perlengkapan yang diperlukan.

e) Memilih dan memanfaatkan informan

Informan adalah penyelidik dan pemberi informasi dan data. Seorang peneliti perlu memiliki seorang informan yang mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian yang berguna bagi peneliti dalam mencari dan melengkapi informasi dari penelitiannya.

f) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Dalam tahap ini, peneliti sebelum melakukan penelitian harus mempersiapkan segala alat dan perlengkapan penelitian yang diperlukan sebelum terjun ke dalam kancah penelitian.

b. Tahap pekerjaan lapangan

a) Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap ini peran peneliti sangat penting karena pada penelitian ini peran aktif dan juga kemampuan peneliti dalam pengumpulan data sangat diperlukan, tahap ini dilkakukan dengan cara interview, atau wawancara mendalam dan dokumentasi.

b) Tahap Analisis Data

Dalam tahap ini merupakan proses yang dilakukan dari analisis data yang telah didapatkan kemudian mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar dan mencari perbandingan dan hubungan antara data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, kemudian dihubungkan dengan teori yang sudah ada.

1) Tahap Pengabsahan Data

Agar data yang disajikan benar-benar akurat dan dapat dipercaya, maka dalam tahapan ini peneliti akan mengecek dan melihat kembali data yang ada kemudian disajikan dengan lengkap sebagai hasil peneliti.

2) Tahap Penulisan Laporan

Penulisan laporan merupakan hasil akhir dari suatu penelitian, sehingga dalam tahap ini peneliti mempunyai pengaruh terhadap hasil penulisan laporan. Penulisan laporan yang sesuai

dengan prosedur penulisan yang baik akan menghasilkan kualitas yang baik pula terhadap hasil penelitian.<sup>8</sup>

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan tiga cara sebagai upaya memperoleh data yang akurat, yaitu :

### a. Wawancara

Peneliti melakukan serangkaian tanya jawab dengan pihak perusahaan khususnya para karyawan. Wawancara yang dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dimana peneliti menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya langsung secara bebas tanpa bergantung banyak pada pedoman pertanyaan, sehingga suasananya hidup dan dilakukan berkali-kali.

### b. Studi literature

Peneliti mengumpulkan data-data dengan membaca dan mempelajari teori-teori dan literature-literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Seperti buku teks, hasil-hasil penelitian terdahulu, dan materi lainnya dalam bentuk tulisan yang mempunyai kaitan dengan fokus penelitian.

---

<sup>8</sup>Koentjoroningrat, *Metode-metode Penelitian*, cet 2, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 42.

### c. Observasi

Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap realita yang terjadi di perusahaan. Peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta dan kondisi di lapangan, selanjutnya membuat catatan – catatan hasil pengamatan tersebut.

## 6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bersifat deskriptif, peneliti berusaha memberikan gambaran, memaparkan serta menginterpretasikan objek yang diteliti dengan kata-kata secara sistematis dan faktual. Pada tahap pertama, temuan data dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka di kelompokkan. Setelah itu peneliti menyusun catatan (memo) mengenai segala aspek yang berkaitan dengan proses penelitian termasuk tema dan pola data.

Selanjutnya peneliti menyusun rancangan konsep-konsep dari data yang telah dikumpulkan. Tahapan berikutnya adalah penyajian data. Pada tahap ini, peneliti mengorganisasikan data dengan menghubungkan data yang satu dengan yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis merupakan satu kesatuan. Data yang telah tersaji merupakan kelompok-kelompok data yang dikaitkan dengan kerangka teori yang digunakan.

Fase terakhir adalah penarikan dan pengujian kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola data yang ada. Peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah direduksi dan disajikan dengan mengeksplorasi teori yang relevan untuk selanjutnya menarik kesimpulan atas temuan penelitian. Kesimpulan dapat dikonfirmasi dan dipertajam untuk sampai pada kesimpulan final atas fenomena yang diteliti.

#### 7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Ada beberapa teknik pengabsahan data yang di maksimalkan data yang dirumuskan oleh Lexy. J. Moleong dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi” namun dalam penelitian ini, peneliti tidak mengambil secara keseluruhan teknik keabsahan data yang dikemukakan tersebut, akan tetapi sengaja memilih teknik keabsahan data yang sesuai dengan konteks penelitian yang dilakukan peneliti dalam rangka menyempurnakan hasil penelitian.

Berikut ini adalah teknik keabsahan data yang digunakan, yaitu :

##### a. Perpanjangan keikutsertaan

Hal ini dilakukan untuk memperkuat pengumpulam data. Dengan kata lain supaya data yang terkumpul benar – benar valid dan dapat di pertanggungjawabkan, keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, melainkan memerlukan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian.



b. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal tersebut secara rinci. Hal ini berarti bahwa peneliti hendaklah mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor – faktor yang menonjol.

## I. Sistematika Penelitian

Skripsi ini dibahas dalam lima bab, yaitu sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menjelaskan, konteks penelitian, focus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, tinjauan pustaka, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : KAJIAN TEORETIS

Dalam bab ini dibahas tentang kajian teoritis dan kajian pustaka yang berkaitan dengan kegiatan *internalemployee relations* organisasi terkait pada pimpinan dan karyawan PT. ASHA RAMAS ANUGERAH.

### BAB III : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang deskripsi subjek dan lokasi penelitian yaitu tentang gambaran proses komunikasi yang terjadi antar pimpinan dan

karyawanPT. Asha Ramas Anugerah sebagai perusahaan jasa dan menyajikan deskripsi data penelitian yang telah didapatkan di lapangan.

#### BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini berisikan tentang temuan penelitian yang dilakukan di PT. Asha Ramas Anugerah serta konfirmasi temuan dengan teori sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

#### BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yakni penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran – saran.