

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Human Relations merupakan pendekatan komunikasi yang mengatur hubungan antar manusia dengan memperhatikan aspek kejiwaan. Praktik *Human Relations* dilaksanakan dengan tidak hanya mementingkan aspek komunikasi, tetapi juga aspek psikologis karyawan. Aspek komunikasi dan psikologis yang diperhatikan secara sehat antar karyawan dalam sebuah perusahaan akan membangun lingkungan yang positif serta hubungan internal yang terjalin baik.

Human Relations dapat menjadi salah satu strategi bagi perusahaan dalam memaksimalkan *workflow*, sehingga motivasi karyawan dalam bekerja dan mencapai target maupun tujuan perusahaan akan terlaksana tanpa adanya beban kerja yang dapat menjadi tantangan dalam bekerja. Karyawan dapat dengan sehat bekerja dan bekerja sama dengan satu dan lainnya, melahirkan harmonisasi dan iklim yang positif di lingkungan kerja.

Kegiatan *Human Relations* yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan dapat membangun hubungan harmonis, baik antar karyawan maupun karyawan dan organisasi. Berdasarkan hasil data pra penelitian yang dikutip dari Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Volume 8, Nomor 2 dengan judul “Penerapan *Human Relations* PT Manajemen Qolbu Equestrian dalam Membina Hubungan Kerja yang Harmonis” (Pusphita et al., 2024) menjelaskan bahwa dengan menerapkan prinsip *Human Relations* yang mengedepankan aspek kejiwaan dan kepuasan karyawan, PT Manajemen Qolbu Equestrian berhasil menciptakan lingkungan kerja yang

positif dan harmonis. Nilai empati dan keterbukaan komunikasi dengan berlandaskan nilai spiritual yang ditegakkan dari PT Manajemen Qolbu Equestrian telah berhasil menjalankan perannya dalam meningkatkan positività dan produktivitas di lingkungan kerja.

Kegiatan *Human Relations* tidak hanya berperan dalam iklim kerja sebuah organisasi, namun juga berperan pada produktivitas karyawan di dunia kerja. Keterbukaan komunikasi dan rasa empati terhadap sesama dapat menumbuhkan rasa kepemilikan dan rasa kebersamaan satu sama lain. Hal tersebut dapat menjadi faktor penunjang kualitas komunikasi sebuah organisasi yang dilakukan melalui kegiatan *Human Relations*.

Hubungan yang terjalin antar individu dalam sebuah organisasi tentunya tidak lepas dari pentingnya peran komunikasi, khususnya komunikasi internal. Komunikasi internal yang terjalin antar karyawan dalam sebuah perusahaan dapat menjadi salah satu alat untuk melaksanakan kegiatan *Human Relations*. Komunikasi internal merupakan sebuah proses pertukaran informasi atau pesan yang berlangsung di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi internal dapat menjadi alat untuk menumbuhkan pemahaman bersama, memperkuat hubungan kerja, mendukung proses koordinasi dan kolaborasi, serta memastikan bahwa karyawan memiliki informasi yang cukup untuk menjalankan tugas dengan baik.

Komunikasi internal berperan sangat penting dalam proses komunikasi sebuah organisasi atau perusahaan. Sebuah perusahaan pasti tidak luput dari konflik internal, hal ini tentu membutuhkan penyelesaian melalui arus komunikasi yang

jelas dan terstruktur. Arus komunikasi tersebut mencegah adanya potensi konflik antar bagian maupun individu. Selain itu, komunikasi internal yang terbuka dan dua arah dapat mencegah potensi kesalahpahaman yang terjadi di dalam sebuah perusahaan. Penyampaian informasi yang dilakukan dengan jelas dan efektif dapat membantu mengakomodasi berjalannya sistem di perusahaan. Komunikasi internal juga membantu tingkat manajemen untuk mensosialisasikan perubahan dan mengurangi resistensi.

Informasi yang disampaikan dan mengalir efisien dalam sebuah perusahaan juga membantu semua tingkat hierarki untuk membuat keputusan yang cepat dan tepat. Keputusan tersebut diambil berdasarkan data dan masukan dari berbagai pihak yang terlibat. Melalui arus komunikasi yang jelas dan terstruktur tersebut, perusahaan dapat meminimalisasi kesalahan, mempercepat proses kerja, dan menjaga hubungan kerja yang positif. Komunikasi internal yang terbuka dan bersifat dua arah dapat membuat karyawan merasa dihargai, didengar, dan nyaman untuk berkolaborasi, sehingga komunikasi internal ini menjadi pondasi utama bagi kelancaran operasional, koordinasi, serta pencapaian tujuan perusahaan.

Pertukaran informasi atau pesan yang terjadi dalam komunikasi internal memiliki beberapa arah aliran yang digunakan dalam berinteraksi dan menjadi alat dalam proses pertukaran atau penyampaian informasi dari satu individu ke individu lainnya. Arah aliran dalam komunikasi internal memberikan ruang bagi setiap individu yang terlibat untuk bisa bersinergi demi mencapai tujuan bersama. Arah aliran komunikasi internal dalam sebuah organisasi atau perusahaan diantaranya bersifat vertikal; atasan-bawahan (komunikasi ke bawah) dan bawahan-atasan

(komunikasi ke atas), horizontal (tingkatan yang sama), ataupun diagonal (tingkatan yang berbeda, peran yang berbeda).

Komunikasi internal merupakan kunci keberlanjutan interaksi kerja dalam organisasi. Hubungan antara atasan dan bawahan adalah salah satu bentuk komunikasi internal yang paling penting. (Arung & Sari, 2022) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Komunikasi Internal dalam Membangun Kinerja yang Baik” menjelaskan bahwa praktik komunikasi terbuka menunjukkan bahwa sangat penting untuk membangun kerja sama yang kuat. Keterbukaan komunikasi menciptakan lingkungan kerja yang sehat, mengurangi kemungkinan kesalahpahaman, dan meningkatkan rasa saling percaya di dalam organisasi. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas komunikasi internal lebih dari sekadar cara untuk menyampaikan pesan; itu adalah alat strategis untuk mencapai tujuan perusahaan.

Komunikasi internal yang terbuka antara pemimpin dan karyawan bawahan dianggap sebagai modal sosial yang berdampak langsung pada kinerja perusahaan. Pola interaksi yang efektif meskipun masih ada ruang untuk pengembangan, menurut evaluasi yang menilai komunikasi sebagai “cukup baik”. Karyawan akan lebih terlibat dalam proses pengambilan keputusan ketika karyawan memiliki kesempatan untuk berkomunikasi secara terbuka dan menyampaikan keluhan dan saran mereka.

Salah satu perusahaan yang senantiasa menjaga hubungan baik antar anggota didalamnya ialah PT. Eksonindo Multi Product Industry (EMPI) yang merupakan perusahaan yang berjalan dalam bidang manufaktur. Perusahaan ini

merupakan produsen dalam bidang pembuatan tas, *fashion*, maupun aksesoris. Perusahaan ini memiliki beberapa kegiatan internal yang dirancang sedemikian rupa agar dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab, kepemilikan, dan loyalitas para anggota terhadap perusahaan.

Berdasarkan data pra penelitian hasil observasi dari PT. Eksonindo Multi Product Industry, perusahaan tersebut memiliki beberapa kegiatan *Human Relations*, yaitu: *Training SHARE*, *Coffee Morning*, Acara Berbuka Puasa Bersama, Acara Kemerdekaan 17 Agustus, dan Acara Akhir Tahun. Kegiatan-kegiatan tersebut diberikan sebagai fasilitas yang tidak hanya berlandaskan visi perusahaan, namun juga bertujuan untuk menjaga *well-being* karyawan, sehingga mereka dapat bekerja dan besinergi dengan baik satu sama lain.

Training SHARE merupakan salah satu program yang rutin dilakukan oleh internal perusahaan. Program tersebut juga tidak hanya disampaikan dalam bentuk materi, namun juga dilakukan dalam praktik sehari-hari. Program “*Training SHARE*” merupakan program yang dihadirkan untuk membentuk budaya para pekerja sesuai dengan *core value* yang dimiliki perusahaan, yakni berlandaskan *Servanthood* (pelayanan), *Harmony* (keselarasan), *Agile* (cerdas), *Respect* (penghormatan), dan *Empowerment* (pemberdayaan).

Kelima hal tersebut merupakan nilai-nilai yang diciptakan sebagai landasan karakter para pekerja di PT. Eksonindo Multi Product Industry lahir sebagai nilai yang dianut atau bisa disebut juga dengan budaya yang dimiliki oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry sebagai pedoman dalam beretika, berinteraksi, dan berperilaku. Budaya ini menjadi hal yang mendasari cara

berkomunikasi para pekerja satu sama lain. Perusahaan ini menjadikan budaya SHARE sebagai pedoman dialog internal perusahaan secara vertikal. *Core value* SHARE dipraktikkan dalam kegiatan dialog sehari-hari, maupun dalam program-program *Human Relations* yang dimiliki oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

Kegiatan *Human Relations* berikutnya adalah *Coffee Morning*, yang dirancang sedemikian rupa untuk menjadi wadah perusahaan dalam membantu mengulas kembali nilai SHARE dalam lingkungan kerja. Tujuan dari pengulasan nilai SHARE adalah agar para pekerja senantiasa tidak melupakan budaya perusahaan dan dapat mempraktikkannya secara langsung dalam komunikasi internal perusahaan.

Kedua kegiatan *Human Relations* tersebut; *Training* SHARE dan *Coffee Morning*, jika dilihat dari aliran komunikasi internalnya termasuk kepada komunikasi internal bersifat vertikal. Kegiatan *Training* SHARE dan *Coffee Morning* dilaksanakan dengan pembekalan dari atasan kepada karyawan baru mengenai budaya perusahaan, informasi mengenai kegiatan lain yang dilaksanakan, dan instruksi mengenai tanggung jawab pekerjaan (komunikasi ke bawah). Adapun komunikasi ke atas yang berupa laporan hasil kinerja dari bawahan ke atasan.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari hasil wawancara bersama salah satu pegawai di PT. Eksonindo Multi Product Industry, perusahaan juga rutin melakukan dua kegiatan *seasonal*, yaitu; acara berbuka puasa bersama dan acara lomba kemerdekaan 17 Agustus. Kedua kegiatan tersebut rutin dilakukan setiap tahun pada bulan Maret/April dan pada bulan Agustus. Acara berbuka puasa

bersama dilakukan dengan mengadakan acara tabligh akbar dengan mengundang ustadz atau pemuka agama yang terkenal. Kegiatan ini diharapkan mampu menumbuhkan keharmonisan dan spiritualitas pekerja, terutama pemeluk agama islam

Acara lomba kemerdekaan 17 Agustus juga dilaksanakan dengan meriah setiap tahun. Ratusan pekerja berkumpul menjadi satu dan memberikan persembahan dalam bentuk pertunjukkan, lengkap dengan kostum yang sudah ditentukan. Acara ini juga dilakukan guna meningkatkan rasa nasionalisme dan keterikatan satu sama lain, tidak hanya sebagai pekerja namun juga sebagai warga negara Indonesia. Dialog lebih banyak terjadi pada saat proses perencanaan dan latihan. Perancangan acara lomba kemerdekaan 17 Agustus dilakukan kurang lebih satu bulan sebelum tanggal kemerdekaan.

Kedua kegiatan *seasonal* tersebut dilaksanakan dengan arah aliran komunikasi internal yang bersifat diagonal dengan interaksi informal. Pada kegiatan berbuka puasa bersama, karyawan saling berinteraksi secara informal antar individu, baik itu berbagi mengenai pengalaman spiritual ataupun mengenai hal lainnya yang bersifat personal. Sedangkan pada kegiatan acara 17 Agustus, terdapat dua kategori arah aliran komunikasi internal. Proses perencanaan acara 17 Agustus tersebut termasuk kepada komunikasi internal vertical dan horizontal, karena terdapat instruksi atau arah dari atasan ke bawahan (komunikasi ke bawah), serta koordinasi sesama divisi. Sedangkan pelaksanaan acara 17 Agustus termasuk pada komunikasi internal diagonal, karena karyawan berkomunikasi lintas divisi secara informal.

Kegiatan yang sama juga diberikan oleh perusahaan di akhir tahun. Perusahaan mengadakan acara hiburan lengkap, sehingga pekerja dapat bersama-sama menutup akhir tahun dengan meriah dan bersuka cita. Acara tersebut diadakan oleh perusahaan dengan memfasilitasi *stage* lengkap dengan bintang tamu serta konsumsi. Karyawan diberikan hak untuk dapat menikmati dan menutup akhir tahun dengan cara yang harmonis dan terikat satu sama lain. Rasa empati, keterikatan, dan loyalitas dapat tumbuh dengan baik melalui kegiatan dan dialog yang terjalin.

Kegiatan-kegiatan *Human Relations* yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry tersebut termasuk pada kegiatan komunikasi internal diagonal. Interaksi yang terjadi pada kegiatan-kegiatan tersebut bersifat informal dan bersilang/diagonal lintas divisi.

1.2 FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis berfokus pada penelitian mengenai Kegiatan *Human Relations* melalui Komunikasi Internal di PT. Eksonindo Multi Product Industry. Beberapa hal tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal vertikal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry?
2. Bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal horizontal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry?

3. Bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal diagonal kegiatan *Human Relations* yang dilaksanakan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dari uraian fokus penelitian yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian peneliti sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal vertikal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.
2. Mengetahui bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal horizontal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.
3. Mengetahui bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal diagonal kegiatan *Human Relations* yang dilaksanakan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap temuan penelitian ini akan membantu mengembangkan teori-teori baru di bidang *Human Relations* dan mengeksplorasi bagaimana proses *Human Relations* dengan beberapa arah aliran komunikasi internal dalam sebuah perusahaan. Peneliti menggunakan konsep Komunikasi Internal menurut Rosadi Ruslan karena melihat kesamaan konsep arah aliran komunikasi internal yang diterapkan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

Selain itu, peneliti berharap temuan penelitian ini dapat menjadi tambahan pemahaman yang lebih baik tentang peran komunikasi internal dalam pelaksanaan *Human Relations* di sebuah perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana komunikasi internal dalam melaksanakan kegiatan *Human Relations* di PT. Eksonindo Multi Product Industry. Peneliti berharap temuan penelitian ini akan membantu *Human Capital and General Affair Departement* dalam membuat maupun mengkaji ulang strategi komunikasi internal yang efektif dengan memperhatikan aspek kejiwaan karyawan guna mencapai tujuan organisasi ataupun menyelesaikan hambatan organisasi.

1.5 LANDASAN PEMIKIRAN

1.5.1 Landasan Teoritis

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, penelitian ini membahas mengenai kegiatan *Human Relations* PT. Eksonindo Multi Product Industry melalui komunikasi internal. Penulis menggunakan konsep komunikasi internal menurut Rosady Ruslan. Peneliti memilih konsep komunikasi internal yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan karena konsep ini mencakup elemen-elemen komunikasi internal yang dilakukan dalam kegiatan *Human Relations* PT. Eksonindo Multi Product Industry. Elemen yang ada pada konsep komunikasi internal ini memungkinkan PT. Eksonindo Multi Product Industry memahami bagaimana pelaksanaan kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal.

Pengaplikasian konsep komunikasi internal yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan ini memberikan fokus yang jelas pada penelitian yang dilakukan oleh penulis. Konsep ini dapat memberikan gambaran bagaimana kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry berdasarkan arah aliran informasinya.

Berikut beberapa arah aliran informasi komunikasi menurut Rosady Ruslan:

1. Komunikasi internal vertikal

Komunikasi internal vertikal merupakan proses pertukaran komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan (karyawan), baik komunikasi ke bawah (informasi dari atasan ke bawahan) atau komunikasi ke atas (informasi dari bawahan ke atasan).

PT. Eksonindo Multi Product Industry melaksanakan kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal vertikal, yakni kegiatan *Training SHARE*, *Coffee Morning*, Acara Kemerdekaan 17 Agustus yang mencakup arahan maupun laporan dari atasan ke bawahan dan sebaliknya. Berikut dua jenis komunikasi internal vertikal, yaitu:

- a. Komunikasi ke bawah

Aliran informasi dari atasan ke bawahan ini biasanya berupa penyampaian instruksi, kebijakan, arahan, atau informasi terkait tujuan organisasi. PT. Eksonindo Multi Product Industry melaksanakan kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi ke bawah dalam kegiatan kegiatan *Training SHARE*, *Coffee Morning*,

Acara Kemerdekaan 17 Agustus berupa arahan atau instruksi dari atasan ke bawahan.

b. Komunikasi ke atas

Aliran informasi dari bawahan ke atasan ini biasanya berupa laporan, penyampaian saran, masukan, keluhan, atau informasi terkait hasil kinerja. PT. Eksonindo Multi Product Industry melaksanakan kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi ke atas dalam kegiatan kegiatan *Training SHARE, Coffee Morning, Acara Kemerdekaan 17 Agustus* berupa laporan hasil kinerja, keluhan, dan atau masukan.

2. Komunikasi internal horizontal

Komunikasi internal horizontal merupakan sebuah pertukaran informasi atau pesan yang terjadi antara individu atau kelompok karyawan yang berada di tingkatan hierarki yang sama. Contohnya pada proses perancangan Acara Kemerdekaan 17 Agustus yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry, komunikasi yang terjalin antar individu atau kelompok karyawan yang berada dalam satu divisi. Komunikasi internal ini biasanya bersifat semi-informal dan kolaboratif.

3. Komunikasi internal diagonal

Komunikasi internal diagonal merupakan aliran pertukaran informasi atau pesan yang terjadi antara individu atau kelompok karyawan dari tingkatan hierarki dan garis komando yang berbeda. Contohnya komunikasi yang terjalin antara kepala divisi dengan staf junior.

PT. Eksonindo Multi Product Industry melaksanakan kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal diagonal dalam kegiatan *seasonal* (pelaksanaan Acara Kemerdekaan 17 Agustus dan Acara Berbuka Puasa bersama), *Lazy Night*, *Outing*, dan Acara Akhir Tahun. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan melalui komunikasi internal diagonal, karena para pekerja berinteraksi satu sama lain dengan divisi dan posisi yang berbeda secara informal.

1.5.2 Landasan Konseptual

1. *Human Relations*

Konsep "hubungan manusia" mengacu pada bagaimana organisasi membangun, mengelola, dan menjaga hubungan di dalamnya, baik antara manajemen dan karyawannya maupun antara satu sama lain. Konsep ini didasarkan pada keyakinan bahwa karyawan di tempat kerja bukan hanya alat produksi; mereka juga dianggap sebagai individu dengan kebutuhan emosional, psikologis, dan sosial.

Konsep Teori Hubungan Manusia pertama kali muncul dari eksperimen Hawthorne pada tahun 1920-an dan 1930-an oleh Elton Mayo. Elton Mayo (1933) dalam bukunya yang berjudul "*The Human Problems of an Industrial Civilization*" menunjukkan bahwa memperhatikan kebutuhan sosial dan kesejahteraan psikologis karyawan dapat meningkatkan semangat mereka untuk bekerja dan tingkat produktivitas mereka. Ini bertentangan dengan perspektif sebelumnya, yang lebih menekankan pada metode mekanis untuk meningkatkan produktivitas, seperti meningkatkan efisiensi fisik atau jumlah jam kerja yang dihabiskan. Eksperimen

menunjukkan bahwa suasana sosial di tempat kerja dan hubungan interpersonal di tempat kerja sangat memengaruhi hasil kerja.

Komunikasi sangat penting dalam hubungan manusia. Metode ini menekankan betapa pentingnya komunikasi yang terbuka dan terbuka antara atasan dan bawahan untuk meningkatkan kepercayaan, empati, dan kerjasama di lingkungan kerja. Karyawan merasa didengar dan dihargai ketika komunikasi dua arah berlangsung secara simetris. Mereka lebih termotivasi untuk berkontribusi secara penuh untuk kemajuan pribadi dan organisasi.

Penghargaan terhadap kebutuhan emosional dan sosial karyawan juga merupakan landasan penting dalam *Human Relations*. Karyawan tidak hanya bekerja untuk mendapatkan gaji, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan mereka akan pengakuan, penghargaan, dan interaksi sosial. Hubungan kerja yang baik memungkinkan kolaborasi dan pengurangan konflik di tempat kerja lebih mudah dilakukan.

Selain itu, memperhatikan pengembangan karyawan merupakan komponen penting dari hubungan manusia. Pelatihan dan pengembangan pribadi tidak hanya meningkatkan keterampilan kerja tetapi juga membantu karyawan mencapai pencapaian diri mereka sendiri. Kesejahteraan dan pengembangan pribadi karyawan termasuk ke dalam aspek yang harus diperhatikan dalam *Human Relations*.

Secara keseluruhan, *Human Relations* menekankan betapa pentingnya memiliki hubungan interpersonal yang positif, keterbukaan komunikasi, dan penghargaan terhadap nilai-nilai sosial dan emosional di dalam organisasi. *Human*

Relations menempatkan manusia sebagai inti dari keberhasilan organisasi, menekankan bahwa hubungan yang baik antara anggota organisasi sangat penting untuk mencapai tujuan bersama dan produktivitas yang optimal.

2. Komunikasi Internal

Komunikasi internal merupakan pertukaran informasi, gagasan, dan pesan di dalam organisasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman bersama, membangun koordinasi, dan mempererat hubungan antara anggota organisasi. Komunikasi internal sangat penting untuk menjaga operasional organisasi berjalan dengan baik dan membantu mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk memfasilitasi pertukaran ide dan gagasan. Aliran informasi dapat terjadi secara vertikal dari atas ke bawah dan sebaliknya, secara horizontal antara individu atau kelompok di tingkat hierarki yang sama. Selain itu, komunikasi diagonal juga sering terjadi dalam organisasi yang fleksibel, di mana pesan mengalir lintas departemen atau tingkatan, memotong jalur tradisional untuk mempercepat koordinasi dan kolaborasi.

Komunikasi internal lebih dari sekadar menyampaikan pesan, namun juga untuk memotivasi orang, memecahkan masalah, dan membantu dalam pengambilan keputusan. Komunikasi yang efektif dapat menumbuhkan iklim kerja yang menyenangkan di mana setiap pekerja merasa didengar, dipahami, dan memiliki kemampuan untuk memberikan kontribusi terbaik mereka untuk keberhasilan organisasi. Keberhasilan suatu organisasi sangat bergantung pada kemampuan untuk mengelola komunikasi internal dengan baik.

1.6 LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu bertempat di PT. Eksonindo Multi Product Industry yang terletak di Jl. Terusan Kopo Soreang Km. 11,5 No. 90A, Cilampeni, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 4092. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal di PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan paradigma konstruktivisme, peneliti mengacu pada pandangan mengenai kebebasan individu dalam melihat sebuah fenomena sosial dan tidak bisa disamakan karena tiap individu memiliki interpretasi yang unik dan bebas dalam melihat sebuah fenomena sosial.

Kerangka konseptual dan filosofis yang dikenal sebagai "paradigma" menentukan cara seorang peneliti melihat dunia, mendapatkan pengetahuan, dan melakukan penelitian. Guba & Lincoln (1994) mendefinisikan paradigma sebagai sistem kepercayaan fundamental atau pandangan dunia yang membimbing peneliti dalam pilihan metode dan secara epistemologis dan ontologis. Paradigma merupakan landasan atau kerangka berpikir peneliti dalam melihat sebuah fenomena sosial dan bagaimana peneliti menginterpretasikannya.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena berasal dari pengamatan masalah manusia atau sosial, Creswell (2013) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah cara untuk melihat dan memahami makna masalah sosial atau manusia. Metode ini memungkinkan para peneliti untuk mempelajari

lebih lanjut tentang pengalaman, persepsi, dan interpretasi subjek penelitian. Metode kualitatif memberikan peneliti kesempatan untuk melihat, memahami makna, dan menginterpretasikan sebuah fenomena sosial.

Pendekatan kualitatif sangat berharga dalam bidang *Public Relations* dan komunikasi. Bidang *Public Relations Officers* memiliki peran penting dalam membangun dan membina hubungan baik dengan publik. Daymon dan Holloway (2011) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti *Public Relations Officer* untuk menyelidiki proses-proses yang kompleks dan dinamis yang membentuk hubungan organisasi dengan publiknya, penelitian kualitatif dapat membantu peneliti dalam melihat dan memaknai kompleksitas dan dinamisitas dalam hubungan sosial, sehingga hal tersebut dapat membantu peneliti memahami bagaimana gambaran interaksi sosial yang terjadi dalam sebuah fenomena sosial.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik karena peneliti tertarik dalam mengkaji komunikasi internal dalam melaksanakan kegiatan *Human Relations*. Paradigma ini relevan dengan kegiatan *Human Relations* karena dapat menjadi wadah organisasi dalam membangun hubungan yang sehat dan kuat dengan publiknya. Paradigma ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana PT. Eksonindo Multi Product Industry menggunakan komunikasi internal dalam melakukan kegiatan *Human Relations*. Peneliti juga menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti melakukan wawancara mendalam dan observasi ke PT. Eksonindo Multi Product Industry, data yang sudah dikumpulkan kemudian diinterpretasikan kedalam bentuk tulisan sehingga hal ini sejalan dengan ciri dari penelitian kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan komponen penting dari penelitian. Creswell (2014:3) mendefinisikan metode penelitian sebagai rencana dan jalur penelitian, yang mencakup asumsi luas hingga teknik pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang lebih detail.

Metode penelitian yang dipilih adalah analisis studi deskriptif. Metode ini digunakan untuk menyelidiki aktivitas *Human Relations* melalui komunikasi internal. Basri (2006) menjelaskan bahwa studi deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena dengan menggunakan karakteristik, hubungan, dan perbandingan. Fakta-fakta lapangan digunakan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data seperti observasi dan wawancara digunakan.

Metode deskriptif kualitatif yang peneliti pilih dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat menggambarkan suatu fenomena dan karakteristiknya dengan terperinci mengenai fokus penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu Kegiatan *Human Relations* melalui Komunikasi Internal di PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data primer yang dapat dilakukan dengan observasi dan perolehan data dari perusahaan terkait jenis data ini digunakan peneliti untuk memberikan gambaran terkait kegiatan *Human Relations* yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry. Berikut jenis data yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data tentang bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal vertikal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.
2. Data tentang bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal horizontal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.
3. Data tentang bagaimana gambaran arah aliran komunikasi internal diagonal kegiatan *Human Relations* oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.4.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang diperoleh peneliti dari aktivitas penelitian, baik secara lisan maupun tulisan. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan data primer yang didapatkan melalui wawancara langsung dengan *Human Capital and General Affair* PT. Eksonindo Multi Product Industry. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan *Human Relations* dilakukan melalui konsep komunikasi internal.

Data sekunder juga digunakan oleh peneliti sebagai data tambahan untuk penelitian ini. Data sekunder digunakan agar peneliti mendapat data yang dapat membantu proses analisis penelitian. Sugiyono (2015) mendefinisikan data sekunder sebagai data yang dikumpulkan dan diproses dari sumber sebelumnya. Data ini dapat digunakan untuk analisis situasi, pengambilan keputusan, atau penelitian. Peneliti membutuhkan data sekunder agar mendapat gambaran lebih mendalam pada saat melakukan analisis mengenai kegiatan *Human Relations*

melalui komunikasi internal yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan dapat membantu proses pemngumpulan informasi atau data penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan memilih orang yang paham atas apa yang peneliti teliti. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa pemilihan informan dalam penelitian kualitatif merupakan hal yang sangat penting karena informan merupakan sumber utama data penelitian. Pemilihan informan sebagai sumber data utama peneliti akan membantu proses analisis dan pengambilan data di lapangan.

Peneliti memilih informan di bidang *Human Capital and General Affair* PT. Eksonindo Multi Product Industry karena departemen tersebut memiliki data yang valid dan merupakan pelaksana kegiatan *Human Relations* di PT. Eksonindo Multi Product Industry. Berikut kriteria informan yang hendak digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. *Human Capital and General Affair Departement* karena merupakan bagian dari bidang bertanggung jawab atas kegiatan *Human Relations* di PT. Eksonindo Multi Product Industry.
2. ODPD (*Organizational Development and People Development*) supervisor karena merupakan penanggung jawab atas kegiatan *Human Relations* di PT. Eksonindo Multi Product Industry.

3. ODPD (*Organizational Development and People Development*) staff karena merupakan penanggung jawab atas kegiatan *Human Relations* di PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam analisis penelitian, pengumpulan data adalah bagian penting dari pengumpulan informasi. Sebagai contoh, peneliti mengumpulkan data:

- a. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan sesi tanya jawab dengan informan. Bogdan & Biklen (2015) menjelaskan bahwa salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang paling umum digunakan dalam penelitian sosial adalah wawancara, yang dilakukan melalui sesi tanya jawab antara peneliti dan informan. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dapat memberikan peneliti gambaran yang mendalam atas apa yang diteliti secara langsung dari sesi tanya jawab yang dilakukan antara peneliti dan informan.

Selain itu, wawancara yang dilakukan secara efektif juga merupakan teknik pengumpulan data yang akan memberikan peneliti gambaran terperinci berdasarkan pengalaman informan. Patton (2002) menjelaskan bahwa wawancara yang efektif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif informan dan pengalaman mereka. Sesi tanya jawab atau wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan akan memberikan gambaran bagi peneliti dari perspektif dan pengalaman informan secara langsung.

Penulis menggunakan Teknik wawancara mendalam guna memperoleh informasi mengenai kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal yang

dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry. Peneliti melakukan pengumpulan data secara mendalam dengan menggunakan konsep Komunikasi Internal dengan mencari gambaran arah aliran komunikasi vertikal, horizontal, maupun diagonal. Peneliti mendatangi informan yang berada di kantor PT. Eksonindo Multi Product Industry dengan merekam saat melakukan sesi wawancara sebagai bantuan dalam pengolahan data.

b. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif merupakan observasi yang dilakukan oleh peneliti tanpa peneliti ikut serta dalam kegiatan yang sedang dipelajari. Observasi partisipatori pasif merupakan teknik pengumpulan data kualitatif di mana peneliti melihat aktivitas dan interaksi subjek penelitian secara langsung tanpa terlibat aktif dalam kegiatan tersebut. Angrosino (2007) menjelaskan bahwa peneliti hanya bertindak sebagai pengamat yang "tidak terlihat", dan mereka dengan cermat mencatat apa yang mereka lihat dan dengar. Observasi partisipatori pasif memposisikan peneliti hanya sebagai pengamat aktivitas yang terjadi tanpa secara langsung terlibat aktif dalam aktivitas tersebut. Peneliti ingin melihat secara langsung bagaimana kegiatan *Human Relations* melalui komunikasi internal yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry tanpa harus bekerja di lapangan.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap dimana data yang sudah dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi kemudian disusun, dipaparkan, dan memberikan kesimpulan. Creswell (2014:247) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif,

menganalisis data dengan melibatkan persiapan dan pengorganisasian data (yaitu data teks seperti dalam transkrip, atau data gambar seperti dalam foto), kemudian mereduksi data menjadi tema melalui proses pengkodean, dan kemudian mempresentasikan data dalam bentuk gambar, tabel, atau diskusi.

Langkah-langkah analisis dari Creswell diantaranya:

a. Pengumpulan data

Proses ini mencakup pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder melalui informan PT. Eksonindo Multi Product Industry mengenai kegiatan *Human Relations* yang dilakukan oleh PT. Eksonindo Multi Product Industry.

b. Membaca seluruh data

Tahap ini peneliti membaca semua data yang sudah didapatkan dari informan secara menyeluruh. Tahap ini dilakukan agar peneliti mendapatkan gambaran lebih rinci mengenai kegiatan *Human Relations* yang dilakukan oleh informan PT. Eksonindo Multi Product Industry.

c. Pengkodean data

Data- data yang diperoleh kemudian dikodekan. Ini adalah proses mengidentifikasi bagian penting dari data dan memberi data-data tersebut kode atau kelompok.

d. Menggambarkan dan membangun tema dari data

Setelah data dikodekan, tema utama diidentifikasi dan dibangun dari kode tersebut yang kemudian dituangkan dalam bentuk narasi tentang bagaimana

pelaksanaan kegiatan *Human Relations* komunikasi internal di informan PT.

Eksonindo Multi Product Industry.

e. Menginterpretasi data

Tahap terakhir melibatkan interpretasi temuan, yaitu memberikan makna pada data dan menarik kesimpulan yang relevan dengan pertanyaan penelitian mengenai kegiatan *Human Relations* komunikasi internal di informan PT. Eksonindo Multi Product Industry.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.1 Rencana Penelitian

No.	Daftar Kegiatan	Novemb er 2024	Desember 2024	Januari 2025	Februari 2025	Maret 2025	April 2025
1.	Tahap Pertama: Observasi dan Pengumpulan data						
	Peng Pengumpu lan data proposal						
	Peny Penyusuna n proposal						

	Bi Bimbingan proposal						
	Revisi proposal						
2.	Tahap kedua: Usulan Penelitian						
	Sidang usulan penelitian						
	Revisi usulan penelitian						
3.	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi						
	Pelaksana an penelitian						
	Analisis dan pengolaha n data						
	Penulisan dan						

	penyusunan laporan						
	Bimbingan skripsi						
4.	Tahap Keempat: Sidang Skripsi						
	Bimbingan akhir skripsi						
	Revisi skripsi						

