



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tengah persaingan bisnis yang ketat, sebuah perusahaan tidak cukup hanya dengan menjalankan fungsinya saja sebagai produsen dan distributor barang atau jasa. Kini sebuah perusahaan dituntut untuk melakukan fungsi-fungsi tambahan supaya bertahan menghadapi persaingan pasar sekaligus memenangkan hati para pemangku kepentingan.

Setiap perusahaan akan selalu mempunyai pemangku kepentingan yang akan memberi dampak atau terdampak oleh kinerja perusahaan. Jalannya perusahaan juga ditentukan oleh pemangku kepentingan tersebut. Menurut Kasali (2003 : 63) pemangku kepentingan (*stakeholders*) dapat diberi batasan, yaitu setiap kelompok yang berada di dalam ataupun di luar organisasi/perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi/perusahaan.

Terbagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal, pemangku kepentingan mempunyai perannya masing-masing. Pemangku kepentingan internal adalah mereka yang ada dalam perusahaan, seperti karyawan, *Board of Directors*, keluarga karyawan, dan investor. Pemangku kepentingan eksternal adalah

mereka yang berada di luar perusahaan, seperti pemerintah, komunitas, masyarakat sekitar, media, dan konsumen.

Kinerja sebuah perusahaan ditentukan oleh orang-orang yang ada di dalamnya. Karyawan sebagai salah satu aset penting dan jangka panjang perusahaan bahkan modal merupakan hal yang harus dipelihara untuk usaha perusahaan mencapai tujuannya. Karyawan yang berperilaku buruk akan berdampak pada perusahaan. Lebih dari itu, hubungan antar karyawan yang buruk bisa mengakibatkan perusahaan sulit mencapai tujuannya. Mulai dari kebutuhan yang paling dasar, seperti gaji hingga pengembangan diri menjadi hal yang perlu diperhatikan. Karyawan merupakan publik yang harus dijaga dan dipelihara sehingga sebuah perusahaan akan memperoleh dukungan penuh dari mereka.

Sinar Mas land sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan & *real estate* mempunyai kurang lebih 6500 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia. Karyawan yang begitu banyak ini diatur dalam Business Unit Human Capital Divisi People Development untuk proses pengembangan diri melalui pelatihan-pelatihan yang terus berinovasi, terbarukan, dan berkelanjutan.

Secara harafiah pengertian *Human Capital* adalah pengetahuan, keahlian, kemampuan, dan keterampilan yang menjadikan karyawan sebagai modal atau aset suatu perusahaan. Perusahaan akan mendapat keuntungan lebih banyak dengan menjadikan karyawannya sebagai modal bukan sebagai sumber daya manusia. (Jimmy, 2014 : 696). Sinar Mas Land melihat karyawannya bukan

lagi sebagai sumber daya manusia, melainkan modal bagi perusahaannya yang harus dikembangkan.

Setiap perusahaan tentu mengolah komunikasi begitu juga dengan Group Sinar Mas Land. Menurut Cornelissen (2009 : 124) terdapat dua rekomendasi dalam mengelola komunikasi yang terbagi dalam dua struktur di sebuah perusahaan, yaitu struktur vertikal dan horizontal. Struktur vertikal membagi tugas utama organisasi menjadi tugas dan kegiatan yang lebih kecil, dengan masing-masing divisi memiliki keunikan tersendiri yang ditugaskan untuk menjadi bagian rinci dalam keseluruhan misi organisasi.

Dalam mengatur komunikasi, struktur vertikal lebih kepada pengolahan komunikasi formal yang disusun untuk mendistribusikan dan membagi pekerjaan untuk *department* di bawahnya. Sedangkan komunikasi vertikal dibagi menjadi dua menurut arah aliran informasinya, yaitu vertikal ke atas dan vertikal ke bawah. Menurut Mulyana (2001 : 184), Komunikasi vertikal ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Komunikasi vertikal ke atas bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia). (Mulyana, 2001 : 189).

Dalam bukunya Joep Cornelissen (2009 : 124) mengatakan bahwa, “Struktur horizontal: struktur yang berada di atas struktur vertikal untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan tugas dan kegiatan fungsional dan fisik secara terpisah.”

Ketika mengolah komunikasi untuk struktur horizontal, komunikasi digunakan untuk mengoordinasikan dan mengintegrasikan informasi –informasi agar konsisten dan bisa disebarkan melalui media komunikasi dalam perusahaan. Ada pula komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Mulyana (2001 : 195).

Hampir setiap karyawan sebuah organisasi akan membutuhkan pelatihan. Beberapa program pelatihan mungkin lebih luas daripada yang lain, tapi semua memerlukan pelatih yang telah mengidentifikasi tugas dalam pekerjaan untuk memastikan bahwa pelatihan akan mempersiapkan individu untuk melakukan pekerjaan mereka secara efektif. (Noe, et al, 2008 : 158).

Terdapat suatu anggapan bahwa *training*/pelatihan bukanlah suatu prioritas yang harus dilakukan. Anggapan ini dimiliki mulai dari tingkat *Board Of Directors* hingga ke *level staff*. Meski permintaan akan pelatihan-pelatihan banyak, tetapi komitmen serta minat yang sangat kurang masih menjadi permasalahan utama. Banyaknya karyawan juga membuat Divisi People Development harus melakukan praktik komunikasi internal guna mengetahui dengan pasti apa yang menjadi keinginan, kebutuhan, dan permasalahan bagi karyawan dalam melakukan pelatihan.

Permasalahan berikutnya dalam Business Unit Human Capital Divisi People Development adalah hal pengelolaan *event training* sendiri. Lalu, menawarkan pada karyawan untuk mengikuti sebuah *event* pelatihan bukanlah hal mudah. Mengetahui jika pengelolaan program pengembangan diri ±6500

karyawan tersebut hanya dilakukan oleh 8 orang, strategi komunikasi yang baik tentu perlu dilakukan untuk mengurus karyawan Sinar Mas Land tersebut.

1.2. Tujuan Kerja Magang

1. Mengetahui praktik kegiatan komunikasi internal termasuk di dalamnya *employee relations* yang dilakukan Divisi People Development di Group Sinar Mas Land.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan mulai pada 25 Agustus 2014 - 25 November 2014. Ini merupakan kesepakatan awal saat wawancara kerja magang, sehingga lama kerja magang di Group Sinar Mas Land adalah 3 bulan. Kerja magang dilakukan pada hari Senin hingga Jumat dengan jam masuk kantor pada 08.30 dan jam pulang kantor 17.30.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat berbagai tahap yang dilalui dalam pelaksanaan kerja magang, yaitu:

1. Mempersiapkan dan mendesign *curriculum vitae* untuk dikirimkan melalui *e-mail* ke bagian Human Resources Development Group Sinar Mas Land.
2. Setelah mendapat panggilan, tahap berikutnya adalah melakukan *interview* oleh *Department Head* dan *Staff Senior People Development*. Dalam wawancara ini, penjelasan mengenai latar belakang di Universitas Multimedia Nusantara menjadi hal utama. Kemudian cerita beberapa kendala dan hasil *project* tugas akhir mata kuliah dan pengalaman penulis dalam melaksanakan *event-event* yang ada di kampus.
3. Pada tahap ini penulis sudah mendapatkan surat persetujuan kerja magang dari Sinar Mas Land.
4. Dalam kerja magang ini, Ibu Putri Julitasari dan Bapak Magyatmono selaku mentor menjadi pembimbing. Namun, dalam kerja magang tak jarang pula Ibu Wilda Nurwahyuni selaku *Departement Head* yang memberikan langsung pengarahan.