

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan komunikasi memiliki perkembangan sangatlah pesat pada zaman sekarang dari masa ke masa. Setiap individu atau kelompok melakukan komunikasi setiap harinya, Karena manusia merupakan makhluk sosial maka manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi setiap hari dengan yang lainnya yang berada pada lingkungan disekita kita. Di dalam kehidupan melalui komunikasi tiap individu maupun kelompok dapat saling berhubungan satu sama lain di rumah, tempat kerja, pasar atau dimanapun kita berada. Tidak ada satupun manusia di dunia ini yang tidak terlibat dalam suatu komunikasi baik individu maupun kelompok.

Manusia mulai berkomunikasi sejak dia lahir hingga sepanjang hidupnya. Manusia normal akan berusaha melakukan komunikasi baik secara verbal maupun non verbal. Sekalipun yang tidak dapat melakukannya secara verbal, akan berusaha berkomunikasi secara non verbal dengan menggunakan gerakan atau bahasa tubuh untuk menyampaikan pesannya. Bahkan seseorang dapat berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Setiap orang akan berkomunikasi baik secara verbal maupun non verbal untuk bersosialisasi dan dapat diterima di lingkungannya. Orang tersebut akan berusaha mengupayakan berbagai macam cara untuk menjalin hubungan agar dapat diterima dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasi yang baik adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjalin hubungan. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang efektif, dimana salah satu indikator komunikasi dapat dikatakan efektif ialah komunikasi yang mampu menimbulkan kesenangan diantara pihak-pihak yang terlibat didalamnya.

Komunikasi juga sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan jika kita bekerja di suatu perusahaan tersebut. Komunikasi tersebut harus dijaga dengan baik, karena suatu komunikasi yang terjalin baik akan memunculkan sebuah hasil atau pekerjaan yang baik. Komunikasi yang baik juga sangat mempengaruhi pencapaian suatu perusahaan atau hasil kerja karyawan. Karena dengan komunikasi yang baik dan efektif menggambarkan hasil kerja yang baik.

Komunikasi yang dilakukan di suatu perusahaan antara karyawan maupun atasan atau yang dilakukan perdivisi demi menyampaikan pendapatnya atau program-program yang ingin ia ajukan atau laksanakan untuk kepentingan perusahaan harus dilakukan dengan efektif agar apa yang disampaikan dapat dimengerti dan apa yang ingin dituju oleh perusahaan dapat terlaksanakan dengan baik.

Proses komunikasi merupakan langkah-langkah pertukaran informasi atau pesan yang diberikan oleh komunikator (*sender*) dan disampaikan kepada

komunikasikan (*receiver*) dengan perantara media dalam upaya pencapaian kesepahaman. Komunikator memiliki suatu ide atau gagasan yang ditujukan untuk berkomunikasi lalu komunikasikan melakukan penafsiran pesan yang diterimanya dari komunikator. Berikutnya komunikasikan akan memberikan tanggapan (*feedback*) atas pesan yang diterimanya, sehingga komunikator dapat melakukan penilaian atas pesan yang disampaikan dapat diartikan secara baik oleh komunikasikan, maka tujuan dari proses komunikasi yang berlangsung antara keduanya telah berhasil dan tercapainya kesepahaman antara kedua belah pihak tersebut.

PT. XYZ memiliki divisi CSR yang didalamnya memiliki program-program melibatkan karyawan dapat berpartisipasi. Tetapi karyawan-karyawan tersebut belum memahami pentingnya CSR dalam suatu perusahaan sehingga karyawan yang ikut berpartisipasi selalu orang yang sama setiap tahunnya. Salah satu pada program pendidikan yang dimiliki CSR PT.XYZ. Program pendidikan ini merupakan program sosial PT. XYZ yaitu dengan mengajar ke sekolah-sekolah disekitar PT. XYZ.

Agar penyampaian pesan atau program tersebut dapat diterima dengan baik oleh karyawan pada divisi lain agar dapat ikut berpartisipasi, maka diperlukan komunikasi yang efektif oleh divisi CSR pada karyawan-karyawan lain atau divisi-divisi lain. Oleh karena itu pula komunikasi yang efektif dibutuhkan oleh seluruh karyawan PT. XYZ.

Pada PT.XYZ, penulis melakukan pengamatan tentang komunikasi antara divisi CSR pada karyawan PT.XYZ dalam menjalankan program-program CSR

namun komunikasi yang dilakukan oleh CSR kepada karyawan PT.XYZ masih belum efektif sehingga belum semua karyawan berpartisipasi dalam program CSR. Ketidak efektifan komunikasi tersebut terjadi karena tidak memakai metode, cara dan gaya komunikasi yang tepat dalam menyampaikan informasi dan program-program yang ingin dijalankan oleh CSR. Program tersebut sudah disosialisasikan tetapi tidak semua melakukan timbal balik atau merespon kegiatan tersebut.

Ketidak tepatan penyampaian informasi mendesak yang diberikan oleh CSR kepada seluruh karyawan sehingga karyawan tidak dapat berpartisipasi dalam program tersebut dan membuat program tersebut belum berjalan maksimal. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap berjalannya kegiatan CSR dan terhadap perusahaan. Sehingga pada saat kegiatan program sosial CSR tidak semua ikut berpartisipasi dan dapat menimbulkan dampak yang tidak baik bagi perusahaan di mata masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif merupakan suatu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat menjalankan sesuatu program perusahaan dengan baik. Oleh karena itu komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan oleh seluruh tingkat karyawan dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan untuk membatasi masalah yang terlalu luas, maka penulis akan mencakup masalah dengan batas tentang **“Bagaimana komunikasi CSR yang efektif pada pegawai di PT. XYZ?”**

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan yang akan dicapai dalam Karya Ilmiah ini adalah untuk:

- a. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pentingnya komunikasi yang efektif agar suatu program CSR pada PT. XYZ berjalan dengan baik.
- b. Menambah wawasan tentang komunikasi efektif antar pegawai dan mengetahui apa itu CSR
- c. Mengetahui pentingnya CSR pada perusahaan.

2. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan yang akan dicapai dalam Karya Ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai Komunikasi yang efektif dan Mengetahui pentingnya CSR pada PT.XYZ agar program yang ada berjalan dengan baik.

b. Bagi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Memberikan sumbangan berupa bahan pustaka di bidang D3 Administrasi perkantoran yang berguna bagi Program Studi D3 Administrasi perkantoran dan para pembaca dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dan perluasan wawasan terutama tentang Komunikasi Efektif dan CSR.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai referensi untuk dapat membangun komunikasi efektif agar program yang ada berjalan dengan lebih baik lagi dan agar karyawan lebih memahami pentingnya CSR dalam perusahaan.