

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan, guna mencapai tujuan. Jika berbicara tentang strategi komunikasi, berarti berbicara bagaimana sebuah perubahan diciptakan pada khalayak dengan mudah dan cepat. Perubahan merupakan hasil komunikasi yang tidak mungkin dihindarkan. Semua pihak yang berkomunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan, baik itu perubahan kecil maupun perubahan besar. Bahkan komunikasi dapat merubah citra seseorang atau kelompok untuk mengenal dirinya sendiri maupun mengenal lingkungannya.

“Komunikasi memiliki kedudukan yang strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial. Sebagaimana diketahui bahwa proses perubahan sosial itu berjalan tanpa henti, baik yang terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja. Proses sosial yang sengaja dapat dilihat dari proses pembaharuan dan pembangunan yang dilakukan oleh masyarakat. Dalam hal ini ide-ide baru, gagasan-gagasan baru, teknologi-teknologi baru, disebarkan dan dianjurkan penerimanya dan penggunaannya kepada sesama masyarakat melalui proses komunikasi. Dalam hal ini proses komunikasi seperti inilah yang disebut komunikasi perubahan yang sangat memerlukan perencanaan dan perumusan strategi. Suatu usaha penyebaran ide baru dan teknologi baru memang bukanlah suatu proses yang sederhana. Hal ini terutama terletak pada banyaknya hambatan sehingga memerlukan waktu yang lama untuk mencapai suatu perubahan dalam merencanakan suatu strategi komunikasi” (Arifin, 1994:10).

Rogers dalam Cangara (2013: 61) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah

tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara (2013:61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

“Di dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi” (Bungin, 2015:62).

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul Dimensi-Dimensi Komunikasi menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Effendi, 1981:84).

Strategi komunikasi bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan oleh siapapun, baik itu oleh perorangan maupun instansi. Demikian pula dengan Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung. Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia adalah sekelompok orang-orang yang berada dalam suatu sub unit yang memiliki fokus di bagian untuk

mengembangkan manusia didalam suatu organisasi. Intinya adalah bagaimana sub unit tersebut mampu mengembangkan kapasitas orang-orang yang ada didalam organisasi, sehingga kapasitas tersebut dapat di optimalkan menjadi lebih baik. Perlu disadari bahwa strategi komunikasi sangat besar implikasinya dalam mengubah perilaku individu maupun kelompok salahsatunya dalam masalah menarik minat peserta diklat (penyelenggaraan proses belajar mengajar dalam rangka meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan tugas dan jabatan tertentu).

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana harus mampu menaklukan hati calon peserta diklat. Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana membutuhkan komunikator, pesan, media, penerima serta efek yang baik agar informasi yang ingin disampaikan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara divisi penyelenggara dan sarana prasarana dapat diterima dengan baik oleh calon peserta yang mengikuti kegiatan diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung.

Keuntungan yang didapatkan apabila strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia divisi penyelenggara dan sarana prasarana ini berhasil memiliki dampak yang besar baik itu bagi peserta yang mengikuti diklat maupun para karyawan di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung khususnya divisi penyelenggara

dan sarana prasarana. Strategi komunikasi yang disampaikan kepada calon peserta diklat harus mampu membujuk, merangsang konsumen atau dalam konteks ini berarti peserta diklat agar mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara sehingga timbul rasa ingin mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung.

Instansi berusaha mempengaruhi perasaan, kepercayaan, atau perilaku calon peserta diklat. Membujuk di sini berarti instansi berusaha meyakinkan calon peserta untuk mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara, daripada tempat diklat lain walaupun fungsinya sama. Mengingatkan, berarti perusahaan berusaha meyakinkan calon peserta diklat untuk tetap menggunakan jasanya, disini ada proses pengulangan karena banyak tempat diklat sejenis dan peserta telah mengetahuinya.

Dalam buku Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja, pengembangan sumber daya manusia bertujuan menghasilkan kerangka kerja yang bertalian secara logis dan komprehensif untuk mengembangkan lingkungan di mana karyawan didorong belajar berkembang (Sedarmayanti, 2008:167). Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia (PPSDM) Geologi Mineral dan Batubara atau Geominerba adalah perusahaan nonprofit. Instansi tersebut berada di bawah naungan BPSDM ESDM (Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Energi Sumber Daya Mineral) yang mengemban tugas melaksanakan pengembangan SDM di sektor Geologi, Mineral dan Batubara. Didalam Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung terdapat beberapa

divisi atau bagian yang masing-masing memiliki tugas dan fungsi yang berbeda. Fokus utama orang-orang Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung adalah bidang untuk mengembangkan manusia-manusia dalam organisasi. Mereka dibekali dengan berbagai *training* dan *development* untuk mengasah keterampilan. Selain itu kemampuan dalam berelasi atau *human relation* juga harus dibentuk.

Karyawan di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung harus mampu memantau dan juga mengontrol pekerjaan dari anggota lainnya. Tujuannya adalah untuk melihat apakah anggota lain sudah mengerjakan tugasnya dengan baik secara efektif dan efisien atau belum mengerjakan tugasnya dengan baik secara efektif dan efisien. Jika masih ada yang belum terselesaikan, maka tugas Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan terkait job yang telah diberikan.

Fokus utama pada bidang Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung secara luas bukan hanya mencakup keorganisasian saja. Namun, konsumen dan orang-orang yang ada di luar juga menjadi pertimbangan. Bagaimana agar organisasi atau perusahaan ini tampak baik didepan perusahaan lain ataupun organisasi lain. Bagaimana agar pelayanan yang diberikan dapat menarik minat peserta diklat yang mengikuti kegiatan diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung.

Tidak semua orang bisa berada dalam posisi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung. Mereka harus memiliki kemampuan yang baik dalam berbagai bidang. Keterampilan yang memadai dalam melakukan tugasnya dan tugas orang lain. Orang-orang yang ada dalam Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung harus orang yang memiliki pengetahuan seputar organisasi dan *job* masing-masing di departemen lainnya. Biasanya orang yang berada dalam departemen ini adalah karyawan yang sudah bekerja lama. Jadi mereka tahu bagaimana seluk beluk organisasi dan mengerti *job* masing-masing departemen. Bisa juga merekrut orang baru yang memiliki keterampilan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi di sini bukan hanya perilaku saja. Melainkan juga mencakup sikap, intelektual, dan cara menghadapi lawan bicaranya. Ia bisa mengatur dan mengendalikan orang lain siapapun orang tersebut.

Di dalam Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung juga terdapat salah satu divisi atau bagian yang berfungsi mengatur dan mengelola kegiatan diklat yaitu Badan Penyelenggara dan Sarana Prasana atau disingkat menjadi BPS. Sebelum menjadi Bidang Penyelenggara dan Sarana Prasarana, dulu bidang ini bernama Badan Penyelenggara dan Evaluasi Diklat atau BPE. Namun setelah beberapa tahun kemudian bidang ini berganti nama menjadi Bidang Penyelenggara dan Sarana Prasarana atau yang lebih dikenal dengan nama BPS.

Divisi ini mempunyai tugas dan fungsi pokok, yaitu penyelenggaraan dan pemantauan serta pengelolaan sarana dan prasarana teknis pengembangan sumber

daya manusia di bidang pengembangan sumber daya manusia subsektor geologi, mineral, dan batubara. Bidang Penyelenggaraan dan Sarana Prasarana Pengembangan Sumber Daya Manusia menyelenggarakan fungsi penyiapan penyelenggaraan dan pemantauan di bidang pengembangan sumber daya manusia subsektor geologi, mineral, dan batubara, penyiapan penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan di bidang pengembangan sumber daya manusia subsektor minyak dan gas bumi, dan penyiapan pengelolaan dan pelayanan jasa sarana dan prasarana teknis di bidang pengembangan sumber daya manusia subsektor geologi, mineral, dan batubara. yang sebaik-baiknya, bahkan harus sesempurna mungkin.

Divisi atau bagian Penyelenggara dan Sarana menjalankan tugasnya setiap kegiatan diklat berlangsung. Setiap kali akan diselenggarakan diklat, Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung membutuhkan peserta yang berminat untuk mengikuti kegiatan diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung baik itu peserta yang berasal dari instansi profit maupun instansi non profit. Peserta merupakan point utama dalam berlangsungnya kegiatan diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung karena tanpa adanya peserta, maka kegiatan diklat tidak akan berlangsung dan Badan Penyelenggara dan Sarana Prasarana pun dapat dikatakan tidak dapat menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik.

Strategi yang telah dilakukan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung, sejauh ini setiap tahunnya

Badan Penyelenggara dan Sarana Prasarana mampu mendapatkan peserta diklat sesuai dengan target yang diharapkan yaitu jumlah peserta diklat yang sesuai dengan target di mana dalam satu kelas minimal terdapat 15 peserta dan maksimal 40 peserta yang dibagi menjadi 4 kelas. Bahkan, setiap tahunnya calon peserta baik itu yang berasal dari instansi profit maupun nonprofit banyak yang mendaftarkan diri untuk mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara dan divisi BPS membaginya kedalam ruang kelas dan waktu yang berbeda. Namun, saat ini sudah banyak Lembaga Pendidikan atau LP yang berkecimpung dan menjadi pesaing dari Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung dalam kegiatan diklat. Maka dari itu, Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung membutuhkan usaha untuk lebih baik atau tetap mempertahankan performanya agar calon peserta tetap mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung.

Kemampuan Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung dalam menarik minat peserta diklat melalui strategi yang dilakukan selama ini bukan berarti Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung tidak pernah menghadapi hambatan atau tantangan sama sekali. Strategi yang dilakukan seringkali berkembang mengikuti perkembangan zaman yang sedang tren saat ini. Belum lagi, saat ini sesuai arahan dari kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia ESDM (BPSDM ESDM), I Gusti Nyoman Wiramaja Puja mengenai

rencana strategis Badan Layanan Umum (BLU) BPSDM kepada Menteri ESDM pada tanggal 31 Maret 2017. Menindaklanjuti hal tersebut, Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi, Mineral dan Batubara (PPSDM Geominerba) sebagai salah satu satuan kerja BPSDM ESDM untuk mempersiapkan usulan penetapan BLU.

Badan Layanan Umum atau BLU adalah instansi di lingkungan Pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktifitas. Perubahan nama tersebut akan berpengaruh pada *mindset* dan target kerja yang harus dicapai oleh para karyawan dan staff-staff yang bekerja di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung. Maka dari itu, dibutuhkan usaha dan strategi baru yang lebih baik lagi untuk dapat mencapai target yang diharapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian deskriptif ini mencoba menjelaskan, menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah. Peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana suatu instansi nonprofit dibawah naungan kementerian Energi Sumber Daya Mineral yang memiliki divisi bernama Penyelenggara dan Sarana Prasarana serta saat ini akan berubah nama menjadi Badan Layanan Umum Sesuai dengan keputusan kepala

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia mampu menarik minat peserta diklat.

Dari masalah yang telah dipaparkan diatas peneliti merasa tertarik untuk meneliti dan menganalisa “**Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung (Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam Menarik Minat Peserta Diklat)**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Dari latar belakang masalah di atas peneliti mencoba menjawab identifikasi masalah makro sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

Pada penelitian ini, peneliti merinci secara jelas dan tegas dari fokus pada rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih dan dijadikannya sebagai identifikasi masalah mikro, yaitu:

1. Bagaimana **komunikator** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?
2. Bagaimana **pesan** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?
3. Bagaimana **media** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?
4. Bagaimana **sasaran** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?
5. Bagaimana **efek** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini pun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi dua bagian dari penelitian adapun maksud dan tujuan penelitian sebagai berikut:

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara lebih jelas, dan menganalisa tentang Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung (Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam Menarik Minat Peserta Diklat)

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui:

1. **Komunikator** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat.
2. **Pesan** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat.
3. **Media** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat.
4. **Sasaran** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat.

5. **Efek** Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung divisi penyelenggara dan sarana prasarana dalam menarik minat peserta diklat.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis dari penelitian yang dilaksanakan, diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan (*sains*), pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, yaitu khususnya dalam bidang kajian komunikasi dalam menarik minat peserta diklat.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian secara praktis ini, diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan dan kegunaan secara praktis penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan sehubungan dengan masalah yang diteliti melalui pemaparan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan realita yang peneliti peroleh dilapangan.

2. Bagi akademik, penelitian ini secara praktis dapat berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literatur terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama khususnya mengenai strategi komunikasi.
  
3. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa dijadikan informasi dan saran bagi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung dalam menarik minat peserta diklat untuk mengikuti diklat di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geologi Mineral dan Batubara Bandung untuk meningkatkan minat peserta diklat serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada peserta diklat.