BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motivasi dalam bekerja menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi setiap karyawan yang bekerja di dalam lingkungan perkantoran. Jika motivasi dalam bekerja tersebut telah memudar atau bahkan hilang maka karyawan tersebut kehilangan kredibilitas mereka dalam bekerja.

Karyawan bertugas untuk mengerjakan setiap tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepada dirinya dengan tujuan untuk memajukan perusahaan dan membesarkan nama perusahaan baik dikalangan umum maupun dikalangan karyawannya.

Sebuah perusahaan memiliki sosok seorang pemimpin untuk dijadikan seorang *public figure* atau contoh yang baik bagi karyawannya sehingga kredibilitas karyawan dapat muncul dan meningkat seiring kredibilitas mereka yang baik.

Sebuah organisasi ataupun lembaga di dalamnya terdapat pola komunikasi dan sangatlah diperlukan untuk saling menyampaikan dan bertukar pesan atau informasi yang akan disampaikan antar sesama pegawai ataupun karyawan yang terdapat di dalam lembaga ataupun suatu organisasi dalam membentuk karakter ataupun motivasi bagi setiap karyawannya.

Penerapan sebuah pola komunikasi dalam lembaga di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) sebagai wujud mempengaruhi antara sesama karyawan terhadap proses dalam memberikan motivasi diri kepada karyawan di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung). Pola komunikasi dalam suatu lembaga juga terjalin karena banyak faktor yang mempengaruhi pola komunikasi seseorang yang berdampak pada perilaku seseorang, cara pandang dan termasuk juga motivasi diri.

,Komunikasi dalam lembaga merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari, dimana proses pertukaran pesan antara pimpinan dan karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) ataupun proses komunikasi yang dilakukan antar sesama karyawan sangatlah diperlukan.

Sebuah perusahaan atau organisasi, pasti terdapat seorang pimpinan yang selalu melakukan komunikasi dengan karyawan ataupun bawahannya. Setiap pimpinan perusahaan juga mempunyai gaya kepemimpinan yang berbeda-beda satu sama lain dalam hal menyampaikan pesan ataupun sebuah berita kepada para karyawan atau bawahannya.

Bukan saja untuk bertukar atau menyampaikan informasi, tetapi kegiatan komunikasi tersebut akan berdampak pada kelangsungan perusahaan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) bahkan memiliki dampak positif pada peningkatan motivasi pada seluruh karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) adalah perusahaan distributor resmi Tupperware tebesar kedua yang berada di Bandung yang didirikan oleh Ibu Dra. Sofia Agnani pada tahun 1992. Sampai saat ini, sebagai satu-satunya kantor distributor Tupperware Indonesia di Bandung, PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)telah mendapatkan berbagai penghargaan selama 9 tahun berturut-turut dalam "*Hall of Fame"* di Orlando sebagai Top 1 *in Retail Sales.*

Karena diraihnya banyak pengahargaan selama 9 tahun berturut-turut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dan tertarik untuk meneliti bagaimana pola komunikasi yang dilakukan Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama oleh Ibu Dra. Sofia Agnani untuk memotivasi karyawannya sehingga dapat meraih banyak penghargaan.

Sebuah perusahaan memiliki seorang karyawan yang merupakan hal terpenting dalam terwujudnya perusahaan yang baik, karena tanpa adanya karyawan maka seorang pimpinan tidak dapat menjalankan perusahaannya dengan baik. Karyawan merupakan seorang yang ditugaskan sebagai pekerja dari perusahaan untuk melakukan operasional perusahaan.

Sebuah masalah yang terdapat di dalam perusahaan yaitu dalam hal berkomunikasi antara pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) terhadap karyawannya yang dapat dianggap menjadi sebuah masalah penting. Seperti masalah dalam hal gangguan atau tidak dapatnya tersampaikan

pesan dengan tepat dari pimpinan kepada karyawannya, dan bila masalah tersebut tidak atau belum terselesaikan maka hal tersebut akan menyebabkan penurunan produktivitas kinerja perusahaan tersebut. Dalam organisasi, kita dapat melihat orang-orang bekerja dalam kelompok dan tim untuk menyelesaikan masalah.

Dari wacana yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menarik sebuah permasalahan tentang Pola Komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) didalam sebuah perusahaan dalam memotivasi karyawannya. Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik dan yakin untuk meneliti secara mendalam dengan melibatkan dan mengedepankan aspek pendekatkan studi deskriptif. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti dapat merumuskan judul penelitian, yaitu:

Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

(Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung))

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan rumusan masalah secara makro maka rumusan masalah secara mikro pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Proses Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?
2. Bagaimana Hambatan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?
3. Bagaimana Jaringan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu untuk mengetahui, menganalisa dan menceritakan tentang pola komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Proses Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).
2. Untuk Mengetahui Hambatan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).
3. Untuk Mengetahui Jaringan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

1.4 Kegunaan Teoritis & Praktis

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini adalah sebagai usaha untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan khususnya tentang pola komunikasi organisasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktisi, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang meliputi :

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sendiri, khususnya dalam mengetahui pola komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung). Dan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk menerapkan seluruh pengetahuan yang peneliti terima selama proses perkuliahan di bidang Ilmu Komunikasi.

2. Kegunaan Bagi Universitas Komputer Indonesia

   Peneliti berharap penelitian ini memili Kegunaan Bagi Universitas khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Humas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, referensi terkait dengan pola komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).