

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

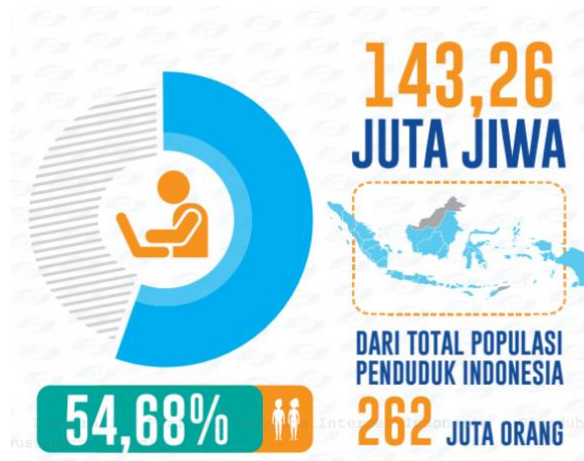
### **1.1. Latar Belakang**

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena pada dasarnya manusia selalu melakukan aktivitas komunikasi dalam hidupnya. Sifat makhluk sosial yang dimiliki manusia yaitu saling bergantung satu sama lain menjadikan komunikasi sebagai sebuah media penghubung manusia satu dengan manusia yang lainnya. Manusia dapat menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi menjadi kunci untuk menciptakan kesamaan pendapat dan tujuan diantara manusia satu dengan yang lainnya, serta menjadi faktor keberhasilan untuk terwujudnya kemajuan dan keberhasilan sebuah organisasi.

Perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi berjalan dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya kemajuan teknologi mengakibatkan informasi yang beredar dimasyarakat dapat menyebar dengan cepat. Teknologi komunikasi dan informasi merupakan media yang digunakan untuk bertukar informasi dengan jarak dekat maupun jarak jauh. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini sangat dibutuhkan diseluruh kalangan masyarakat, termasuk dalam penggunaan penyebaran informasi di perusahaan. Komunikasi menjadi salah satu cara untuk menyampaikan informasi-informasi penting yang berkaitan dengan perkembangan sebuah perusahaan atau korporasi. Komunikasi dalam perusahaan atau korporasi mempunyai peran penting sebagai penunjang setiap proses penyampaian pesan baik berupa informasi tentang kebijakan perusahaan ataupun informasi penting lainnya yang berkaitan tentang perusahaan. Perkembangan teknologi komunikasi menjadi salah satu media penyebaran informasi yang cepat dan dapat menjangkau seluruh individu yang membutuhkan informasi tersebut. Informasi yang disampaikan melalui media komunikasi perusahaan/korporasi bertujuan untuk mempermudah

proses penyampaian informasi kepada karyawan. Salah satu indikator keberhasilan perusahaan apabila komunikasi yang terjadi didalam internal berjalan dengan baik. Komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangat perlu serta berperan aktif dalam membina hubungan yang baik antar karyawan. Baik itu pimpinan dengan karyawan, maupun sesama karyawan.

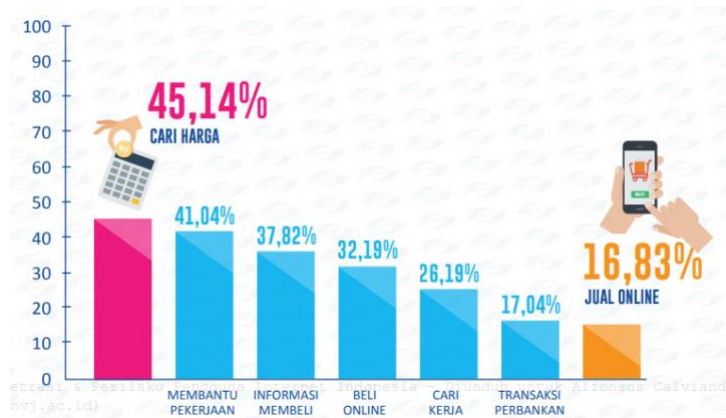
Besarnya pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam kemajuan perusahaan atau dunia bisnis dalam penelitian yang berjudul “*Handling Incoming Mail Using Dropbox Applications for Effective Internal Communication in the Digital Age*”. Dalam penelitian tersebut menerangkan bahwa digitalisasi menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari dan semua jenis organisasi harus memiliki kegesitan dalam merespon perubahan agar dapat terus bersaing untuk keberlangsungan organisasi. Teknologi diyakini perubahan *platform* ke digital diimplementasikan ke dalam semua proses yang terdapat di organisasi. Teknologi akan memberikan manfaat berupa efisiensi biaya, fleksibilitas operasional, dan optimalisasi sumber daya bagi perusahaan. Oleh karena itu, untuk mendorong pertumbuhan kinerja perusahaan yang baik, maka konektivitas menjadi *platform* untuk menghilangkan keterbatasan dan memenangkan persaingan melalui penerapan informasi yang berbasis teknologi. (Rochma, Hendriyani, & Ramadhanty, 2020, p. 04)



Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id))

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, dari 262 juta penduduk di Indonesia 54,68% diantaranya menggunakan internet. Dalam hal pemanfaatan internet dalam bidang ekonomi menghasilkan survei 41,04% internet dapat membantu pekerjaan. Persentase ini menduduki peringkat kedua setelah persentase cari harga. Dengan demikian, masyarakat di Indonesia sudah memiliki kesadaran akan perkembangan teknologi dan dapat memanfaatkan perkembangan tersebut untuk mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhan hidup manusia.



*Gambar 2 Persentasi Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi*

(Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id))

Media komunikasi internal memiliki peran yang sangat penting, tidak hanya sebagai wadah komunikasi antara perusahaan dengan karyawan, namun media internal juga dapat mendukung keberadaan perusahaan secara sosial ditengah masyarakat. Dengan kata lain, selain menjadi wadah informasi dan komunikasi diantara para karyawan perusahaan, media internal juga sebagai sarana promosi yang efektif untuk menaikkan citra dan reputasi perusahaan. Apabila dapat dimanfaatkan dengan baik maka media komunikasi internal mampu mendekatkan karyawan dan perusahaan. Kehadiran media internal pun dapat membantu upaya saling pengertian antar karyawan, dan

sekaligus menanamkan budaya organisasi, mempertahankan dan mensosialisasikan perubahan. (Hasanah, Handoyo, Ruliana, & Irwansyah, 2018, p. 03)

Media internal dapat digunakan untuk mempublikasikan informasi yang dibuat oleh perusahaan yang diperuntukan kalangan dalam (internal). (Saraswati & Pupitosari, 2018). Isi informasi terkait dengan perusahaan serta beberapa informasi yang bersifat rahasia. Umumnya isi media internal merupakan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh perusahaan, misalnya dalam rangka HUT (Hari Ulang Tahun) perusahaan, mengadakan lomba antar *partner*, *family gathering*, *outing*, acara makan bersama, sampai dengan dokumentasi kegiatan perusahaan. Dengan demikian media internal dapat menjadi wadah untuk membangun rasa kebersamaan dengan memuat informasi tersebut. Selain itu, dengan adanya media internal dalam perusahaan para karyawan akan mengetahui berita perkembangan dan berita tentang kemajuan perusahaan. (Munthe & Tiorida, 2017) komunikasi internal berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan atau peningkatan komunikasi internal akan diikuti dengan peningkatan kinerja karyawan.

Karyawan sebagai sumber daya manusia yang dimiliki sebuah perusahaan merupakan aspek yang sangat penting bagi berdirinya perusahaan. Sumber daya manusia dari sebuah perusahaan merupakan orang-orang yang berperan penting dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dalam mewujudkan tujuan organisasi/perusahaan. Manusia sebagai salah satu sumber daya organisasi yang penting dalam mewujudkan tujuan organisasi melalui bakat, karya, kreativitas dan peran nyata untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, sumber daya manusia dianggap sebagai kunci keberhasilan dalam organisasi, dikarenakan hampir setiap kegiatan yang dilaksanakan menggunakan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja dan komponen penting dalam organisasi. Seiring perkembangan zaman hampir sebagian besar perusahaan saat ini sudah mulai memperhatikan bagaimana hubungan internal yang terjalin dalam perusahaannya.

Menjalinkan komunikasi yang baik dengan sumber daya manusia atau karyawan dalam sebuah perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan dapat berdampak

pada perkembangan sebuah perusahaan berjalan dengan baik. Selain penggunaan teknologi yang dapat membantu mempermudah pekerjaan, persaingan antar perusahaan dapat berhasil dengan memiliki sumber daya yang baik. Untuk membentuk sumber daya manusia yang dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tidak mudah. Saat ini, masalah yang dihadapi banyak perusahaan adalah bagaimana untuk menyebarkan informasi melalui sebuah teknologi kepada karyawan sebagai sumber daya perusahaan. Usaha untuk meningkatkan pengetahuan sebagai proses pembelajaran menjadi hal yang sangat penting untuk mengembangkan sumber daya manusia. Tanpa pembelajaran dan komunikasi yang baik, setiap individu yang tergabung dalam perusahaan tidak dapat memiliki kinerja yang baik dan akan berdampak pada kemajuan sebuah perusahaan. (Mubarok, 2019) *“The Influence of Training, Motivation, and Work Ethics on the Internal Communication and Their Impact on the Employee Performance”*

Penggunaan media komunikasi internal dari konvensional ke digital disebabkan karena media digital menyediakan bagi para pengguna untuk bertukar informasi dengan cepat dan *instant* tanpa ada batasan waktu dan jarak. Tren media komunikasi internal ini berdampak kepada banyak perusahaan yang mengubah cara mereka berkomunikasi. Saat ini sudah tidak asing banyak perusahaan yang menggunakan media komunikasi internal digital seperti *Instant Messenger, Electronic-mail, Social Media* dan banyak media digital lainnya. *Jurnal The Analysis of the Use of Communication Technology to the Effectiveness of Internal Communication* oleh (Adam & Kartikawangi, 2018, p. 06).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam sebuah perusahaan mempunyai pengaruh besar terhadap kemajuan perusahaan. (Aisyah, Nugroho, & Sagoro, 2014) Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, teknologi menjadi salah satu alat yang digunakan untuk mendukung daya saing perusahaan. (Mulyani & Kurniadi, 2015) Teknologi informasi diterapkan untuk pengelolaan pekerjaan karena daya efektivitas dan efisiensi pekerjaan yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan baik secara finansial maupun jaringan. Sistem informasi

yang dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan saat ini adalah informasi yang bersifat strategik yang dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan informasi secara efektif yang dapat memberikan keuntungan dalam efisiensi sistem kerja. Pemanfaatan teknologi informasi dapat dilakukan secara efektif jika anggota dalam sebuah perusahaan atau organisasi memiliki kemampuan dan keahlian dalam menggunakan teknologi tersebut dengan baik. Implementasi suatu teknologi informasi selalu berhubungan dengan penerimaan informasi oleh pengguna. Sejauh mana pengguna dapat menerima dan memahami informasi teknologi yang sedang digunakannya tersebut adalah hal penting untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari implementasi tersebut. Penerimaan pengguna atau yang dikenal dengan nam *User Acceptance* merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan implementasi dari suatu teknologi. Penerimaan informasi dapat didefinisikan sebagai keinginan seseorang atau sekelompok orang dalam memanfaatkan teknologi informasi (Nasir, 2013). Banyaknya perusahaan yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi saat ini menumbuhkan tantangan baru untuk dapat menerapkan teknologi tersebut agar dapat digunakan dengan baik bagi seluruh karyawan yang tergabung didalamnya. Jika teknologi atau inovasi yang digunakan tidak dapat diimplementasikan dengan baik maka akan menghambat karyawan atau organisasi menjalankan kegiatannya. Teknologi informasi yang digunakan dalam sebuah perusahaan diciptakan untuk membantu pekerjaan. Lambatnya penerimaan informasi sebagai indikator adaptasi terhadap sebuah teknologi akan berpengaruh terhadap kesuksesan implementasi teknologi. Oleh karena itu, penerimaan informasi dan adaptasi terhadap sebuah teknologi atau inovasi harus dipandang sebagai faktor penting yang akan menentukan sukses atau tidaknya implementasi dari suatu teknologi informasi.

Salah satu perusahaan ternama yang bergerak dalam bidang *food and beverage* di Indonesia adalah Starbucks Coffee. *Coffee shop* ini berasal dari Settle, Amerika Serikat. Starbucks pertama kali masuk ke Indonesia yaitu pada tanggal 17 Mei 2002 yang dijalankan oleh PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk sebagai pemilik lisensi. Pada

tahun 2012, Starbucks mendapatkan peringkat Top10 Brand di Indonesia yang diterbitkan oleh The Nielsen Company dan Campaign Asia-Pacific dan pada 2018 Starbucks dinobatkan sebagai perusahaan kuliner terpopuler sedunia menurut Fortune Magazine. Komunikasi internal yang dilakukan atasan kepada karyawan, karyawan kepada atasan, maupun sesama karyawan, Starbucks Indonesia memiliki *website* yang bernama “IMAP” aplikasi ini juga sudah tersedia dalam versi android dan ios.



*Gambar 3 Logo Aplikasi IMAP*

(Sumber: [www.apkcombo.com](http://www.apkcombo.com) )

Teknologi IMAP digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi para *partner* (sebutan karyawan Starbucks) Indonesia. Jadi para *partner* bisa mempelajari sepenuhnya tugas untuk menjamin terpeliharanya kerjasama yang baik, terciptanya ketenangan kerja dengan mengikuti kepastian yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak, yang secara keseluruhan dimaksudkan untuk mendorong kegiatan kerja, meningkatkan produktivitas kerja yang pada akhirnya berguna untuk meningkatkan kesejahteraan *partner* atau karyawan. Untuk itu masing-masing pihak perlu secara sadar melaksanakan semua kewajiban dengan penuh tanggung jawab, dan mampu melakukan pekerjaan sebagai karyawan yang baik.



Gambar 4 Tampilan Aplikasi IMAP

(Sumber: IMAP App)

Teknologi IMAP hanya dapat diakses bagi karyawan yang bekerja sebagai karyawan atau *partner* Starbucks Indonesia dengan memasukkan kode pribadi yang diberikan langsung oleh pihak perusahaan. Teknologi IMAP dijadikan sebagai media komunikasi internal baik komunikasi atasan kepada karyawan, karyawan dan atasan, baik karyawan dengan karyawan. Teknologi IMAP juga berisikan informasi seputar acara internal yang sedang dijalankan oleh Starbucks Indonesia, buku panduan operasional yang berisikan paduan operasional kerja, pemberitahuan tentang kebijakan-kebijakan perusahaan terbaru, pelatihan untuk mengasah kompetensi dan pengetahuan karyawan, forum untuk berbagi pengetahuan tentang kopi, sampai dengan promo-promo yang sedang berjalan dan yang akan datang. Teknologi IMAP juga berfungsi sebagai sumber informasi yang akurat dalam mengambil tindakan saat terjadi masalah yang berkaitan dengan perusahaan. Selain itu, teknologi IMAP menyediakan fitur yang dapat menjadi wadah perusahaan untuk menampung kritik dan saran yang disampaikan seluruh *partner* kepada perusahaan.



Dengan adanya teknologi IMAP diharapkan dapat mendukung terciptanya suasana kondusif dan harmonis sehingga seluruh kegiatan perusahaan bisa berjalan dengan baik dengan penyebaran informasi kepada para karyawan Starbucks Indonesia. Berdasarkan penelitian tersebut, maka penulis ingin meneliti lebih dalam dengan judul penelitian **Efektivitas Penggunaan Teknologi IMAP terhadap Tingkat Penyebaran Informasi Partner(Karyawan) Starbucks Indonesia.**

## **1.2. Rumusan masalah**

Sebagaimana penjelasan penelitian yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sejauh mana Efektivitas Penggunaan Teknologi IMAP terhadap Tingkat Penyebaran Informasi Partner(Karyawan) Starbucks Indonesia?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Praktis**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya Efektivitas Penggunaan Teknologi IMAP terhadap Tingkat Penyebaran Informasi Partner(Karyawan) Starbucks Indonesia.

### **1.3.2. Teoritis**

Tujuan teoritis penelitian ini dapat menguji teori Difusi Informasi Inovasi dalam penggunaan teknologi komunikasi internal untuk penyebaran informasi kepada karyawan perusahaan yang dapat memberikan pengembangan terhadap penelitian sebelumnya.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menguji teori Difusi Informasi Inovasi dengan penelitian tentang teknologi media komunikasi internal yang berfokus untuk penyebaran informasi kepada karyawan perusahaan sehingga dapat memberikan pengembangan bagi peneliti selanjutnya dan menyempurnakan penelitian sebelumnya.

### **1.4.2. Praktis**

Dalam signifikansi praktis, penelitian ini ditujukan kepada Starbucks Indonesia dan para Humas yang menjalankan komunikasi internal dengan bentuk teknologi media digital yang diharapkan dapat menjadi bentuk masukan atau referensi yang efektif, sehingga dapat menyebarkan informasi yang efisien kepada karyawan dalam perusahaan.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini, penulis menguraikan sistematika penulisan dalam penelitian ini menjadi sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi uraian latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan peneliti memilih penelitian terkait penggunaan “Teknologi Komunikasi Internal” pada perusahaan Starbucks Indonesia terhadap tingkat penyebaran informasi karyawan. Dalam bab ini juga terdapat tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Penulis menjelaskan keterkaitan penelitian melalui penelitian terdahulu mengenai komunikasi organisasi, komunikasi internal organisasi, kinerja karyawan, media baru dan efektivitas komunikasi. Dalam bab ini juga terdapat penjelasan mengenai Teori Difusi Informasi Inovasi, konsep-konsep penelitian, kerangka berpikir serta hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisikan penjelasan mengenai metode, pendekatan, dan jenis penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan kegiatan dan waktu yang digunakan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi referensi buku dan jurnal ilmiah yang digunakan penulis untuk mendapatkan data, teori, serta konsep yang berkaitan dengan penelitian.