

Kepercayaan akan tumbuh dan bertahan apabila karyawannya memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggannya. Pelayanan akan baik, jika pihak perusahaan mampu memberikan informasi yang baik pula kepada para karyawannya.

Dalam hal ini perusahaan harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan para karyawannya dan berusaha memuaskan para karyawannya. Penting bagi sebuah perusahaan untuk membina hubungan baik yang dinamis dan harmonis kepada para karyawan serta mengoptimalkan komunikasi yang efektif. Selain melalui peningkatan kesejahteraan, namun bentuk lain tidak kalah pentingnya untuk membina komunikasi yang efektif dengan para karyawannya.

Seharusnya untuk membina komunikasi yang efektif dengan para karyawannya di suatu perusahaan dilaksanakan oleh divisi *Public Relations*, *Public relations* dapat menjadi jembatan untuk mempererat hubungan dengan *public internal* (karyawan) maupun *publik eksternal* (pelanggan) demi terciptanya hubungan yang saling menguntungkan. *Public relations* fungsinya memberikan kualitas informasi publik internal (karyawan) maupun publik eksternal (pelanggan) sebagai sasaran, dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para publiknya tersebut. namun tidak semua perusahaan yang memiliki lembaga *public relations* dalam menjalankan kegiatan komunikasinya.

Seperti halnya pada PT. Fujisei Plastik Seitek tidak memiliki divisi *public relations*, namun fungsi *public relations* untuk *internal* dilaksanakan oleh *HRD* yang bertugas untuk memberi informasi tentang produk dan fasilitas perusahaan serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para karyawan. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat memberikan kepuasan informasi kepada para karyawannya agar terdapat "kepuasan" di hati karyawan. Kepuasan dapat diperoleh dari informasi *internal* yang diberikan oleh *HRD*.

Fungsi *public relations* PT. Fujisei Plastik Seitek dilaksanakan oleh *HRD* dimana ruang lingkup tugas *HRD* seharusnya hanya menangani penyelenggaraan SDM (Sumber Daya Manusia), hal ini dijelaskan oleh M. Agus Tulus, (1993 :3) bahwa “pada *HRD* atau personalia lebih mengarah pada penyelenggaraan sumber daya manusia berdasarkan fungsi managerial yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, serta berdasarkan fungsi operasional yang terdiri dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja.

Pada dasarnya *HRD* membutuhkan kredibilitas. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (Cangara, 2007:91). Kredibilitas ditentukan oleh adanya kejujuran dan keahlian. Bila dilihat dari kejujurannya, *HRD* harus mampu memberikan data atau informasi yang sebenarnya kepada karyawan dengan tidak memberikan data

perusahaan dengan kebohongan. Sedangkan bila dilihat dari keahliannya, *HRD* harus mampu memberikan informasi sejelas- jelasnya dan memiliki pengetahuan agar karyawan memperoleh kepuasan.

Pentingnya kredibilitas sumber akan mendukung efektivitas komunikasi. Pengirim pesan yang dapat dipercaya, akan mudah merubah perilaku komunikasi sesuai tujuan utama komunikator.

Kredibilitas komunikator, diperhitungkan berdasarkan keterampilan dan keahliannya dalam satu atau beberapa bidang. Komunikasi akan melihat siapa yang mengirimkan pesan. Semakin komunikasi percaya terhadap komunikator, pesan yang dikirimkan akan tersampaikan sehingga terjadi efek yang diharapkan. "Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Karena itu komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *source* atau *encoder*" (Cangara,2006:81).

Komunikator disebut sebagai pihak pertama dalam komunikasi, sebutan pengirim, sumber, *source* atau *encoder* muncul berdasarkan pemikiran para ahli sesuai dengan pandangannya terhadap komunikator. *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek sebagai komunikator memberikan informasi kepada karyawannya mengenai kegiatan baik yang akan dilaksanakan, sedang dilaksanakan, sudah dilaksanakan.

Kredibilitas sumbernya dipilih melalui beberapa pertimbangan, diantaranya adalah dapat dipercaya, akan mudah merubah perilaku komunikasi sesuai tujuan utama komunikator. Kredibilitas komunikator, diperhitungkan berdasarkan keterampilan dan keahliannya dalam satu

atau beberapa bidang dan sebagai pribadi menyenangkan, meyakinkan dan dapat menarik perhatian.

Strategi komunikasi yang dilakukan berkaitan kredibilitas sumber, mampu memberikan hasil yang maksimal dalam penyampaian pesan. Dengan kata lain, banyak komunikan yang mengetahui dan kemudian tertarik untuk melakukan aktivitas sebagai bentuk efek pesan yang disampaikan.

1.2. Batasan Masalah

Agar penelitian skripsi ini terfokus pada kredibilitas *HRD* dan kepuasan informasi, maka penulis membatasi masalah dari identifikasi masalah di atas sebagai berikut:

1. Apakah *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek memiliki kredibilitas dalam melaksanakan fungsi *Public Relations*?
2. Apakah para karyawan PT. Fujisei Plastik Seitek merasa puas terhadap informasi yang diberikan *HRD*?"

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat penulis uraikan mengenai identifikasi masalah penelitian skripsi sebagai berikut:

1. Apakah *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek memiliki keahlian dibidang komunikasi?
2. Apakah *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek memiliki kredibilitas dalam melaksanakan fungsi *Public Relations*?
3. Apakah para karyawan merasa puas terhadap informasi yang diberikan *HRD*?

1.4. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam bentuk pertanyaan adalah sebagai berikut :

“APAKAH ADA HUBUNGAN KREDIBILITAS *HRD* (*HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT*) DALAM MELAKSANAKAN FUNGSI *INTERNAL PUBLIC RELATIONS* DENGAN TINGKAT KEPUASAN INFORMASI BAGI KARYAWAN PT. FUJISEI PLASTIK SAITEK ?“

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui gambaran mengenai :

1. Untuk mengetahui tingkat kredibilitas *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek dalam melaksanakan fungsi *internal Public Relations*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan Informasi bagi karyawan di PT. Fujisei Plastik Seitek.
3. Untuk mengetahui hubungan kredibilitas *HRD* PT. Fujisei Plastik Seitek dalam melaksanakan fungsi *internal Public Relations* dengan Tingkat Kepuasan informasi bagi karyawannya.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka manfaat yang bisa diambil dari pembahasan penelitian ini dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu : .

a . Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan alternatif penelitian disiplin ilmu komunikasi terutama ilmu *public relations*.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT. Fujisei Plastik Seitek, dalam menentukan kebijakan perusahaan mengenai penempatan pejabat yang strategis dimasa mendatang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas *Publik Relations* untuk membangun dan menciptakan kepuasan informasi bagi public internal maupun eksternal.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi, *Publik Relations*, Kredibilitas sumber, kepuasan informasi, hubungan kredibilitas dengan kepuasan informasi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai desain penelitian, disain penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan validaitas dan reliabilitas kuesioner, teknik analisis data, uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan diuraikan gambaran umum PT. Fujisei Plastik Seitek dan produknya , hasil penelaitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN & SARAN

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran.