

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi internal merupakan kegiatan pertukaran segala bentuk pesan yang terjadi dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang dilakukan baik oleh pimpinan maupun karyawan. Perusahaan perlu memberikan informasi pada seluruh karyawan terkait dengan kebijakan maupun ide dalam perencanaan bisnis mereka. Perusahaan juga perlu mendengarkan informasi dari karyawannya agar tahu kualitas perusahaan dan kondisi lapangan perusahaan, hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi adanya *miscommunication*.

Tujuan adanya komunikasi internal adalah untuk menciptakan hubungan yang baik antara karyawan dan manajemen perusahaan, serta membentuk rasa solidaritas antara karyawannya agar terwujudnya *goals* perusahaan. Selain itu, komunikasi internal juga sangat penting untuk menciptakan kepercayaan dan rasa yakin pada diri karyawan terhadap perusahaannya.

Komunikasi internal adalah kegiatan pengiriman dan penerimaan yang memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi baik itu secara informal atau formal dalam sebuah perusahaan atau organisasi (Hasugian, eJournal Ilmu Komunikasi, 2017: 15-16). Hasugian menjelaskan bahwa komunikasi internal dianggap penting karena kegiatan tersebut memberikan harapan kepada pegawai maupun terhadap manajemen perusahaan sehingga hubungan yang terjalin berjalan dengan baik antara pimpinan dan karyawan, hal itu dapat dilihat dari tugas-tugas

yang terselesaikan sesuai dan waktunya dan sampainya informasi-informasi yang ada di perusahaan.

Komunikasi internal didefinisikan juga sebagai salah satu kegiatan dari *Public Relations* yaitu menyampaikan informasi kepada publik internal mengenai perusahaan dengan tujuan para publik internal mengetahui perkembangan yang terjadi di perusahaan (Choerunnisa dan Yuniarti, Jurnal Makna, 2015: 1-2). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi internal melalui media internal *house journal* sangat membantu proses penyampaian komunikasi dari pihak manajemen pada karyawan. Bentuk informasi tersebut dikemas secara menarik untuk dibaca oleh para karyawan.

Perusahaan dalam mengupayakan terwujudnya tujuan perusahaan akan sangat sangat membutuhkan kualitas yang baik dari karyawannya. Seorang karyawan dalam menunjukkan kualitas kinerjanya akan dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah loyalitas yang ada pada diri karyawan. Hal ini terjadi karena loyalitas merupakan sikap karyawan dengan adanya rasa kepemilikan dan kesetiaan terhadap perusahaan untuk tumbuh dan berkembang bersama sehingga pada akhirnya target perusahaan akan tercapai.

Loyalitas merupakan rasa kesetiaan yang dimiliki karyawan yang menciptakan adanya rasa tanggung jawab kepada perusahaan. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa karyawan yang memiliki loyalitas akan berusaha untuk memberikan usaha dan kinerja yang baik karena rasa setianya pada perusahaan.

Loyalitas pada diri karyawan dapat ditunjukkan dan terlihat dari komitmen yang diberikan karyawan pada perusahaan. Karyawan dengan loyalitas yang tinggi akan

membuat karyawan tersebut secara sukarela mengerjakan tugas-tugasnya dan berusaha untuk memberikan kualitas kerja yang baik.

Berdasarkan data pra-penelitian dari akun LinkedIn resmi milik HR Bi-ensi Fesyenindo <https://id.linkedin.com/in/hr-biensi-fesyenindo> bahwa kini perusahaan tersebut telah memiliki 7 merek (*brand*) ciptaannya yaitu ada 3Second, Greenlight, Moutley, Famo, FMC, Hanna dan Azizah dengan jumlah 400 toko dengan berbagai jenis yaitu ada Ruko, *Showroom Mall*, *Family Store* dan *Counter di Dept. Store* di seluruh Indonesia. Dari informasi tersebut peneliti tertarik dalam meneliti bagaimana penerapan komunikasi internal yang dilakukan oleh manajemen CV Bi-Ensi Fesyenindo dalam menkoordinasikan segala bentuk informasi pada karyawannya sehingga kegiatan bisnis perusahaan dapat berjalan.

Berdasarkan data pra-wawancara dengan salah satu pihak yang bekerjasama dengan perusahaan Bi-Ensi Fesyenindo, bahwa dalam pelaksanaan kegiatan kerjasamanya selalu dihadiri oleh karyawan-karyawan yang ada di perusahaan CV Bi-Ensi Fesyenindo. Setiap kegiatan yang diagendakan tersebut selalu terlihat antusiasme yang tinggi dari para karyawan, terlihat dari banyaknya karyawan yang mengikuti kegiatan tersebut. Rasa antusias yang ditunjukkan oleh karyawan merupakan salah satu indikator adanya loyalitas pada diri karyawan tersebut. Kekompakan karyawan dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh perusahaan menunjukkan adanya koordinasi yang dilakukan oleh pihak manajemen melalui komunikasi yang dilakukan perusahaan.

Peneliti menyadari bahwa komunikasi internal sangat penting terlebih urgensinya berkaitan dengan tingkat loyalitas karyawan. Penelitian ini dianggap

sangat menarik untuk diteliti karena sebagai perusahaan lokal dengan jumlah *brand* dan toko yang terbilang banyak, di tengah persaingan bisnis retail yang ketat CV Bi-Ensi Fesyenindo mampu bertahan dan mengembangkan produknya sehingga dikenal oleh masyarakat sampai saat ini. Hal ini menjadi indikator pada kualitas komunikasi internal yang dilakukan oleh manajemen perusahaan kepada karyawannya.

Hal lainnya yang membuat peneliti tertarik adalah adanya indikasi loyalitas yang ada pada diri karyawan dilihat pada kegiatan kerjasama perusahaan yang menunjukkan antusias dan kekompakan dari karyawannya. Peneliti menyadari bahwa komunikasi internal sangat penting terlebih urgensinya berkaitan dengan tingkat loyalitas karyawan. Pada pelaksanaannya, indikasi yang menunjukkan adanya loyalitas pada karyawan membuat peneliti tertarik dalam meneliti bagaimana manajemen dalam meningkatkan loyalitas karyawannya melalui penerapan komunikasi internal yang dilakukan oleh perusahaan.

Salah satu faktor keberhasilan perusahaan merupakan dampak dari keberhasilan manajemen pengelolaan SDM, salah satunya dapat dilihat dari kegiatan Komunikasi Internal. Peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian mengenai komunikasi internal yang diterapkan oleh CV Bi-Ensi Fesyenindo, karena berdasarkan data pra-penelitian yang peneliti dapatkan terlihat adanya indikator loyalitas pada karyawan CV Bi-Ensi Fesyenindo. Sehingga peneliti tertarik mengkaji lebih dalam peranan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-Ensi Fesyenindo pada peningkatan loyalitas karyawannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu nantinya data-data hasil dari

penelitian ini akan peneliti olah. Peneliti juga menggunakan konsep komunikasi internal dan loyalitas sebagai konsep utama pada penelitian ini.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membantu peneliti lebih mudah mendapatkan dan menggali lebih dalam informasi yang sesuai dengan data pra-penelitian yang ada di latar belakang penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah mengenai “*Penerapan kegiatan komunikasi internal oleh CV Bi-Ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan*”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana bentuk kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan?
- 2) Bagaimana faktor pendukung dan faktor hambatan pada kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo?
- 3) Bagaimana evaluasi pelaksanaan kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjelaskan bentuk kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan
- 2) Untuk menjelaskan faktor pendukung dan faktor hambatan pada kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo
- 3) Untuk menjelaskan evaluasi pelaksanaan kegiatan komunikasi internal yang dilakukan CV Bi-ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna menjadi salah satu rujukan untuk penelitian lebih lanjut khususnya di bidang Ilmu Komunikasi dengan tema penelitian yang sama yaitu komunikasi internal. Hasil dari penelitian tentang penerapan komunikasi internal ini juga dilakukan sebagai referensi dalam ilmu kehumasan yang meliputi bentuk komunikasi internal, faktor pendukung dan faktor hambatan komunikasi serta evaluasi dari kegiatan komunikasi internal dalam meningkatkan loyalitas karyawan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seorang praktisi kehumasan dalam menambah pengetahuan mengenai penerapan kegiatan komunikasi internal

yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan komunikasi internal ini juga dilakukan untuk melengkapi referensi praktisi kehumasan dan semakin memahami penerapan komunikasi internal yang meliputi bentuk komunikasi internal, faktor pendukung dan faktor hambatan komunikasi internal dan evaluasi dari kegiatan komunikasi internal dalam meningkatkan loyalitas karyawan.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Martha Hasugian (2017) Jurnal	<i>Upaya Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakit Jiwa Daerah Atma Husada Mahakam</i>	Deskriptif Kualitatif, konsep komunikasi internal dan Hubungan Manusiawi	Penelitian yang dilakukan oleh Martha, berfokus pada penerapan kegiatan komunikasi internal yang berdampak pada tingkat kinerja karyawan di RSJ Daerah Atma Husada.

				<p>Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada penerapan komunikasi internal dalam upaya meningkatkan loyalitas karyawan.</p>
2.	<p>Choerunnisa, Tatik Yuniarti (2015) Jurnal</p>	<p><i>Komunikasi Internal Humas PT Pertamina (Persero) dalam Media Energia Weekly</i></p>	<p>Kualitatif, Teori Citra</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan Choerunnisa dan Tatik adalah membahas kegiatan komunikasi internal di PT Pertamina melihat dari media internal yang digunakan yaitu Media Energia Weekly. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah berfokus kepada penerapan komunikasi</p>

				intrnal dalam meningkatkan loyalitas karyawan CV Bi-Ensi Fesyenindo.
3.	Mimi Sumarni, Henni Gusfa (2018) Jurnal	<i>Strategi Komunikasi Internal dalam Sosialisasi Budaya Baru (Studi Kasus RS Bakti Timah Pangkalpinang)</i>	Metode Studi kasus	Penelitian milik Mimi dan Henni menjelaskan mengenai strategi yang digunakan oleh RS Bakti Timah dalam melakukan sosialisasi budaya baru kepada publik internalnya. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada penerapan kegiatan komunikasi internal dalam meningkatkan loyalitas karyawan
4.	Yugih Setyanto dan	<i>Public Relations: Membangun</i>	Pendekatan Deskriptif	Penelitian milik Yugih dan Paula

	Paula T. A. (2017) Jurnal	<i>Komunikasi Internal dalam Perusahaan</i>		menjelaskan tentang peran dari seorang <i>Public Relations</i> dalam memberikan dorongan pada kegiatan komunikasi internal di dalam sebuah perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada penerapan kegiatan komunikasi internal yang ada di CV Bi-Ensi Fesyenindo dalam meningkatkan loyalitas karyawan.
5.	Vita Puspita Sari (2017) Skripsi	<i>Gaya Komunikasi Internal Head Indonesia Call Center dalam Berinteraksi</i>	Metode studi kasus	Penelitian milik Vita fokus pada permasalahan mengenai bagaimana gaya komunikasi

		<p><i>Dengan</i></p> <p><i>Karyawan</i></p> <p><i>Operator</i></p>		<p>internal yang</p> <p>dilakukan oleh <i>Head</i></p> <p><i>Indonesia Call Center</i></p> <p>ketika berinteraksi</p> <p>dengan para</p> <p>karyawannya.</p> <p>Sedangkan penelitian</p> <p>peneliti ini</p> <p>menjelaskan pada</p> <p>penerapan kegiatan</p> <p>komunikasi internal</p> <p>CV Bi-Ensi dalam</p> <p>meningkatkan</p> <p>loyalitas</p> <p>karyawannya.</p>
6.	<p>Jania Syahida</p> <p>(2017)</p> <p>Skripsi</p>	<p><i>Peranan</i></p> <p><i>Komunikasi</i></p> <p><i>Internal dalam</i></p> <p><i>Meningkatkan</i></p> <p><i>Kinerja</i></p> <p><i>Karyawan</i></p>	<p>Deskriptif</p> <p>analisis,</p> <p>Teori</p> <p>Hubungan</p> <p>Manusia</p>	<p>Perbedaan menonjol</p> <p>dari penelitian milik</p> <p>Jania dan penelitian</p> <p>peneliti terletak pada</p> <p>metode yang dipakai.</p> <p>Penelitian Jania fokus</p> <p>pada peran</p>

		<i>BKKBN Provinsi Jawa Barat</i>		komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan sedangkan penelitian peneliti berfokus pada penerapan komunikasi internal dalam meningkatkan loyalitas karyawan.
--	--	--------------------------------------	--	--

Tabel di atas merupakan penjelasan secara singkat dari penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai pembeda antara penelitian yang sudah ada sebelumnya baik itu pada jurnal penelitian maupun skripsi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Pertama, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Martha Hasugian yang merupakan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Penelitiannya berjudul “Upaya Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakit Jiwa Daerah Atma Husada Mahakam”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan konsep yang digunakan adalah komunikasi internal dan hubungan manusiawi.

Penelitian yang dilakukan oleh Martha, berfokus pada penerapan kegiatan komunikasi internal yang berdampak pada tingkat kinerja karyawan di RSJ Daerah

Atma Husada. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penerapan kegiatan komunikasi internal yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit Jiwa Daerah Atma Husada Mahakam terdiri dari komunikasi vertikal, dan juga komunikasi horizontal yang dinilai cukup baik dalam meningkatkan kinerja karyawannya.

Kedua, penelitian jurnal milik Choerunnisa dan Tatik Yuniarti yang berjudul “Komunikasi Internal Humas PT Pertamina (Persero) dalam Media *Energia Weekly*” dengan menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teori citra. Penelitian ini menghasilkan data bahwa Humas PT Pertamina (Persero) dalam menerapkan komunikasi internal di perusahaannya dinilai cukup efektif dengan adanya proses perencanaan sampai dengan pelaksanaan. Media internalnya yang bernama *Energia Weekly* juga dinilai melakukan fungsi komunikasi internalnya dengan baik karena arah komunikasi yang terjadi bukan hanya ke atas saja tetapi juga ke bawah.

Ketiga, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Mimi Sumarni dan Henni Gusfa dengan judul “Strategi Komunikasi Internal dalam Sosialisasi Budaya Baru (Studi Kasus RS Bakto Timah Pangkalpinang)”. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dalam komunikasi internal yang dipakai oleh Rumah Sakit Bakto Timah Pangkalpinang adalah dengan menggunakan sosialisasi sebagai bentuk komunikasinya dengan melakukan tiga tahapan yaitu komunikasi level tiga, komunikasi ke bawah, dan terakhir komunikasi ke atas.

Keempat, penelitian milik Yugih Setyanto dan Paula T. A yang berjudul “Public Relations: Membangun Komunikasi Internal dalam Perusahaan”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dalam menjabarkan hasil dari data-data yang didapatkan. Penelitian ini menghasilkan informasi bahwa *public relations* memiliki fungsi dalam berjalannya komunikasi internal di perusahaan. *Public Relations* memiliki peranan yang besar dalam membantu berjalannya manajemen berkomunikasi di dalam perusahaan.

Kelima, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Vita Puspita Sari yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat di Universitas prof. Dr. Moesstopo. Penelitiannya berjudul “Gaya Komunikasi Internal *Head Indonesia Call Center* dalam Berinteraksi dengan Karyawan Operator”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang dilakukan oleh *Head Indonesia Call Center* kepada operatornya adalah gaya komunikasi berstruktur. Gaya komunikasi ini dilakukan melalui struktur dimulai dari paling atas, di tengah, hingga paling bawah. Kemudian, komunikasi internal yang digunakan adalah komunikasi vertikal. Baik itu komunikasi *downward* maupun *upward* dilakukan secara berstruktur.

1.6.2 Kerangka Konseptual

1.6.2.1 Konsep Komunikasi Internal

Komunikasi internal merupakan kegiatan bertukar informasi yang dilakukan oleh publik internal perusahaan. Komunikasi internal didefinisikan oleh Somad dan Priansa (2014:127) sebagai segala pengiriman dan penerimaan pesan dalam sebuah organisasi, baik dalam bentuk formal maupun informal. Pengertian

tersebut menyatakan bahwa komunikasi internal merupakan elemen penting di dalam perusahaan karena sebagai kegiatan segala penyampaian dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh publik-publik perusahaan baik secara formal atau informal.

Terdapat dua dimensi komunikasi internal. Pertama adalah komunikasi vertikal, merupakan komunikasi yang dilakukan dari pimpinan ke karyawan (*downward*) maupun dari karyawan kepada pimpinan perusahaan (*upward*). Komunikasi vertikal baik itu *downward* ataupun *upward* sifatnya yaitu komunikasi dua arah.

Kedua adalah komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang dilakukan dalam satu tingkatan, seperti karyawan satu dan karyawan lainnya atau komunikasi antara manajer satu dengan manajer lain. Komunikasi horizontal sifatnya koordinatif, karena tujuannya untuk mempermudah kegiatan komunikasi agar dapat mengkoordinasikan suatu tugas atau permasalahan perusahaan.

1.6.2.2 Konsep Loyalitas

Loyalitas merupakan rasa kesetiaan dalam diri karyawan untuk perusahaan tempat dia bekerja. Asyifa (2016:29) menyatakan bahwa loyalitas adalah kekuatan yang sifatnya relatif yang ada pada diri karyawan untuk mengenali perusahaan atau organisasi, serta keterlibatan karyawan di perusahaan yang berupa penerimaan dan kepercayaan kuat pada tujuan perusahaan, partisipasi dalam kepentingan perusahaan, bekerja keras dalam mencapai tujuan perusahaan dan rasa untuk mempertahankan karyawan yang kuat.

Loyalitas pada diri karyawan akan terbentuk bersamaan dengan rasa kepuasan yang dirasakannya, yang dibentuk melalui proses interaksi antara pimpinan dan karyawan, salah satunya dengan adanya kegiatan komunikasi internal. Loyalitas karyawan dapat terlihat dari sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan, salah satunya melalui tanggung jawabnya terhadap tugas-tugas yang diberikan.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di laksanakan di kantor CV Bi-ensi Fesyenindo yang terletak di Jalan Cimencrang Nomor 2B, Cimencrang, Kec. Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292. Lokasi ini dipilih karena peneliti tertarik untuk mengetahui secara mendalam mengenai penerapan komunikasi internal yang dilakukan oleh CV Bi-Ensi Fesyenindo untuk meningkatkan loyalitas karyawan.

1.7.2 Paradigma Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme, yang artinya ini menjelaskan bahwa segala fenomena yang ada adalah hasil dari sebuah konstruksi sosial yang beragam. Ardianto (2010) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme melihat bahwa realitas kehidupan sosial adalah hasil dari terbentuknya konstruksi, tidak tercipta secara natural. Paradigma konstruktivisme ini berasumsi bahwa individu menginterpretasikan suatu hal melalui proses komunikasi dan pemikiran dalam dirinya.

Paradigma konstruktivisme ini digunakan oleh peneliti karena akan membantu peneliti dalam memahami peristiwa dalam proses interpretasi berdasarkan konstruksi pemikiran masyarakat di zaman sekarang tentang realitas yang ada. Pada CV Bi-Ensi Fesyenindo berdasarkan data pra wawancara bahwa pihak yang bekerjasama dengan perusahaan CV Bi-Ensi Fesyenindo mengkonstruksikan partisipasi dan antusiasme karyawan yang terlihat baik pada suatu kegiatan merupakan hasil dari kegiatan komunikasi internal yang baik.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam proses mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Menurut Satori (2011:23) metode penelitian deskriptif merupakan metode untuk mendapatkan data yang tidak bisa dikuantifikasi seperti sebuah konsep yang beraneka ragam, langkah kerja atau proses, dan lainnya. Sedangkan pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif, yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan hasil analisa dari peneliti yang berasal dari informasi dan data-data yang ditemukan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai metode yang mengkesplorasi lingkungan sekitar. Alasan pemilihan metode ini karena peneliti ingin mencari tahu dan menelusuri lebih dalam tentang permasalahan penerapan kegiatan komunikasi internal yang ada di CV Binesi Fesyenindo yang ditunjang dengan fakta-fakta secara menyeluruh yang ditemukan selama proses penelitian.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

Tabel 1.2

Jenis data dan Sumber data

Jenis Data	Bentuk Data	Sumber Data
Primer	Perencanaan kegiatan komunikasi internal di CV Bi-Ensi Fesyenindo	Melalui wawancara pada pihak manajemen beserta jajaran di CV Bi-Ensi Fesyenindo yang merencanakan kegiatan komunikasi internal
Sekunder	Pelaksanaan kegiatan komunikasi internal di CV Bi-Ensi Fesyenindo	Melalui kegiatan wawancara dengan pihak yang berkaitan dengan proses pelaksanaan kegiatan komunikasi internal, dan juga dari beberapa dokumen resmi dan arsip yang mendukung

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Peneliti dalam menentukan informan yang akan membantu di penelitian ini menggunakan berbagai pertimbangan. Pertimbangan ini merujuk pada bagaimana kriteria informan, misalnya informan kunci dianggap yang paling tahu dan memiliki kepentingan pada kegiatan komunikasi internal. Kemudian ada informan pelengkap yang dinilai memiliki peran dengan turun langsung sebagai pelaku pelaksana.

Tabel 1.3

Deskripsi Informan

Jenis Informan	Pihak Informan
Informan Kunci	Kepala Departemen <i>Human Resource & General Affair</i> dan Kepala Divisi <i>Human Resource Payroll & Employee Relations CV Bi-Ensi Fesyenindo</i>
Informan Pelengkap	<i>Staff</i> yang bekerja > 5 tahun

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1.7.6.1 Observasi Partisipatoris Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan dalam sebuah penelitian dengan pengamatan yang lengkap, jelas, dan rinci. Observasi partisipatoris pasif menurut Sugiyono (2012:145) digunakan pada teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri tidak ikut sertanya seseorang pada kegiatan tertentu. Hal tersebut merujuk pada

kondisi saat ini dengan adanya pandemi Covid-19, CV Bi-Ensi Fesyenindo yang membatasi adanya kegiatan di perusahaan. Pada teknik observasi, peneliti harus memiliki kemampuan pengamatan dan juga daya ingat yang tinggi.

Pada teknik observasi, peneliti turun secara langsung ke lapangan dalam mencari data untuk melihat bagaimana penerapan kegiatan komunikasi internal di perusahaan CV Bi-Ensi Fesyenindo yang berada di Jalan Cimencrang, Kota Bandung dengan mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan di perusahaan tersebut.

1.7.6.2 Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara tatap muka antara seorang pewawancara dan pihak narasumber atau informan. Mulyana (2008: 180) menjelaskan bahwa wawancara merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh dua individu yang mana seseorang mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan informasi dari seseorang lainnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti akan mencatat setiap jawaban yang dinyatakan oleh informan sebagaimana adanya.

Peneliti menggunakan metode wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang didapatkan secara lisan melalui proses percakapan dan tanya jawab bersama informan dari perusahaan CV Bi-Ensi Fesyenindo, dengan demikian data yang didapatkan akan menjadi lebih lengkap dan akurat.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data merupakan teknik dalam menentukan kepercayaan dari data yang diperoleh sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

Peneliti memilih untuk menggunakan teknik triangulasi data untuk teknik penentuan keabsahan data pada penelitian ini. Moleong (2012: 326-332) menjelaskan bahwa teknik triangulasi merupakan teknik yang menggunakan berbagai sumber data seperti dari hasil observasi dan juga wawancara. Maleong mengungkapkan bahwa segala data yang didapatkan dari penelitian ini harus bisa dipertanggung jawabkan dengan proses pengecekan valid atau tidaknya data. Peneliti menggunakan teknik keabsahan data ini dengan karena sesuai dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti kepada pihak CV Bi-Ensi Fesyenindo, yaitu dengan melakukan kegiatan observasi, dan juga wawancara.

1.7.8 Teknik Analisa Data

Analisa merupakan kegiatan penyusunan data agar bisa dijelaskan. Teknik analisa data yang peneliti gunakan adalah model dari Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1992) mengungkapkan bahwa dalam sebuah penelitian analisa data dilakukan pada saat proses pengumpulan data sedang berlangsung dan juga dilakukan setelahnya. Peneliti merasa bahwa teknik ini tepat sebagai teknik dalam menganalisis data pada penelitian ini. Model Miles dan Huberman terbagi menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstarksi dan merubah data data umum yang ada di lapangan. Proses analisis ini merupakan dalam memfokuskan data-data yang ada dan membuang data-data yang tidak diperlukan untuk diorganisasi hingga mendapatkan ringkasan informasi penting.

2. Penyajian data.

Penyajian data, yaitu proses penempatan data dalam sebuah bentuk yang sederhana dari kumpulan ringkasan informasi penting yang sudah diorganisasi. Penyajian data untuk analisis kualitatif memiliki berbagai bentuk antara lain berupa grafik, bagan, jaringan ataupun berbagai jenis matrik. Dengan begitu peneliti akan lebih mudah untuk melihat perkembangan penelitian yang dilakukan, apakah sudah dapat ditarik kesimpulan atau masih harus melakukan analisis lebih dalam.

3. Penarikan kesimpulan.

Penarikan kesimpulan, yaitu proses peninjauan ulang data yang didapat dari proses penyajian data yang kemudian dianalisis sehingga mendapatkan sebuah kesimpulan yang dapat diuji validitasnya. Pada proses ini kesimpulan harus diabalisis secara matang agar data yang didapat dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan dari pembahasan dari metode Miles dan Huberman ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode ini dalam teknik analisis data untuk membantu proses penelitian dari permasalahan kegiatan komunikasi internal yang terjadi di perusahaan CV Bi-Ensi Fesyenindo.

1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.4. Rencana Jadwal Penelitian

No.	Daftar Kegiatan	Agustus 2020	September 2020	Oktober 2020	November 2020	Desember 2020	Januari 2020
1	Tahapan Pertama: Observasi dan Pengumpulan Data						
	Pengumpulan data proposal penelitian						
	Penyusunan proposal penelitian						
	Bimbingan Proposal Penelitian						
	Revisi Proposal Penelitian						
2	Tahapan Kedua: Usulan Penelitian						
	Sidang usulan penelitian						

	Revisi usulan penelitian						
3 Tahapan Ketiga: Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan penelitian						
	Analisis dan pengolahan data						
	Penulisan laporan						
	Bimbingan skripsi						
4. Tahapan Keempat: Sidang Skripsi							
	Bimbingan akhir skripsi						
	Sidang skripsi						
	Revisi Skripsi						