

# STRATEGI INTERNAL COMMUNICATION PT. BLUE BIRD TBK DALAM MEMPERTAHANKAN MOTIVASI KERJA PENGEMUDI

Dewi Fawzieah<sup>1</sup>

[dewi.fauziah.df@gmail.com](mailto:dewi.fauziah.df@gmail.com)

Liza Dwi Ratna Dewi<sup>2</sup>

[liza.dwiratna@budiluhur.ac.id](mailto:liza.dwiratna@budiluhur.ac.id)

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

## ABSTRACT

*The existence of online taxi has negative effect to the income of conventional taxi drivers. This condition has decreased the motivation of conventional taxi drivers. The purpose of this research is to know the internal communications strategy of PT. Blue Bird Tbk in maintaining the work motivation of the drives. The formulation of this research problem is how internal communications strategy of PT. Blue Bird Tbk in maintaining the work motivation of the drivers? The method used in this research is descriptive with qualitative approach. The theory used in this research is Abraham Maslow Needs Theory. Data collection techniques are conducted through semistructure interview, observation, documentation and literature study. The result of this research is PT. Blue Bird performs internal communications strategies to meet driver needs. Physiological needs include bonuses, THR, boarding house facility. Security needs in the form of insurance, panic buttons, service and daily vehicle checks, social needs given in the form of outing, employee gathering and self actualization needs in the form of English language courses, introduction of new applications, and the need for awards were given by blue bird. Research conclusion is PT Blue Bird Tbk has tried to fulfill all drivers needs. Practical suggestion of this research PT. Blue Bird Tbk can try others programs such as can hold family gathering, outing, entrepreneurship training for driver's wives.*

**Keywords:** *Internal Communications, Strategy, Motivation*

## PENDAHULUAN

Keberadaan taksi *online* memiliki pengaruh terhadap penghasilan pengemudi taksi konvensional. Hal ini menurunkan motivasi kerja pengemudi taksi konvensional. Motivasi pengemudi Blue Bird sangat perlu untuk diperhatikan dalam perusahaan sehingga pihak *internal communication* perusahaan harus lebih fokus untuk memberikan motivasi kepada pengemudi. Diperlukan *Internal communication* untuk memotivasi pengemudi, agar para pengemudi dapat bekerja dengan sebaik-baiknya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perusahaan perlu menyadari bahwa di satu sisi pengemudi mengharapkan perhatian akan kebutuhan dan keinginannya, namun

disisi lain pengemudi juga mempunyai kewajiban untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah diberikan kepada mereka dan dituntut agar tugas yang diberikan dapat dilaksanakan dengan baik dan penuh tanggung jawab. Dari kesadaran dan keyakinan tersebut diharapkan muncul kegairahan untuk bekerja dari para pengemudi. Keadaan demikian dapat diciptakan apabila perusahaan selalu memperhatikan kepentingan para pengemudi baik secara ekonomi, sosial, maupun psikologis.

Motivasi menyangkut alasan-alasan mengapa orang-orang mencurahkan tenaga untuk melakukan suatu pekerjaan. Bersedia mencurahkan energi fisik dan mentalnya untuk

---

<sup>1</sup> 1471501542, Mahasiswa Konsentrasi *Public Relations*, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

melakukan pekerjaannya. Tentu saja, kemauan orang berbeda-beda untuk mencurahkan energi dan antusiasme dalam bekerja. Meskipun demikian, semakin besar energi yang dicurahkan untuk bekerja, kita cenderung mengatakan bahwa orang itu punya motivasi.

Kegiatan *internal communications* yang dilakukan oleh PT. Blue Bird Tbk dalam mempertahankan motivasi melalui strategi *internal communications*, dimana interaksi yang efektif terjalin didalamnya agar pengemudi dapat merasakan tempat kerja yang nyaman. Kegiatan ini merupakan bentuk strategi *internal communications* dalam mempertahankan motivasi kerja pengemudi yang dilakukan untuk menjalin keakraban antar pengemudi dengan pimpinannya.

Pendapatan operasional taksi Blue Bird menurun di tahun 2016 dikarenakan adanya persaingan dengan taksi *online* otomatis pendapatan pengemudi perhari pun berkurang setelah adanya taksi berbasis *online*.<sup>3</sup>

Blue Bird memiliki armada yang cukup banyak tetapi di tahun 2016 mengalami penurunan jumlah armada yang diakibatkan adanya persaingan antara taksi *online* dan konvensional.<sup>4</sup>

Kondisi seperti ini berpengaruh padapendapatan Blue Bird, bahwa pengemudi Blue Bird diurus oleh bagian *internal communication* sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Alasan mengapa peneliti memilih *internal communication* dalam mempertahankan motivasi kerja pengemudi sebagai bahan pengkajian penelitian ini karena setelah adanya taksi *online* pengemudi mengeluh tentang keberadaan taksi *online*, maka dari itu *internal communication* PT. Blue Bird Tbk harus motivasi pengemudi agar tetap bekerja keras untuk mencapai tujuan perusahaan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Teori motivasi Abraham Maslow.

Motivation dikemukakan oleh Abraham Maslow pada tahun 1943, berikut dasar teori motivasi Abraham Maslow sebagai berikut:<sup>5</sup>

- a. Manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan, ia selalu menginginkan lebih banyak. Keinginan ini terus menerus, baru berhenti jika katanya tiba.
- b. Suatu kebutuhan yang telah dipenuhi tidak menjadi alat motivasi bagi pelakunya, hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang menjadi alat motivasi.
- c. Kebutuhan manusia itu bertingkat-tingkat (hierarchy) sebagai berikut:
  1. *Physiological Needs* (Kebutuhan fisik/Kebutuhan Biologis)  
*Physiological Needs* (kebutuhan fisik sama dengan kebutuhan biologis) yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup seseorang seperti maka, minum, udara, perumahan dan lain-lainya.
  2. *Safety and security Needs* (Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan)  
*Safety and Security Needs* (keamanan dan keselamatan) adalah kebutuhan akan keamanan dari ancaman yakni merasa aman dari ancaman kecelakaan dan keselamatan dalam melakukan pekerjaan. Kebutuhan ini mengarah kepada dua bentuk, yaitu :
    1. Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan jiwa di tempat kerja pada saat mengerjakan pekerjaan diwaktu jam-jam kerja.
    2. Kebutuhan akan keamanan harta di tempat kerja pada waktu jam kerja, misalnya seperti kendaraan pribadi disimpan jangan sampai hilang.
  3. *Affiliation or Acceptance Needs* (Kebutuhan Sosial). *Affiliation or Acceptance Needs* adalah kebutuhan sosial, teman, dicintai dan mencintai serta diterima dalam pergaulan kelompok

<sup>3</sup><http://www.bluebirdgroup.com/wp-content/uploads/2015/10/AR-2016-PT-Blue-Bird-e-reporting1.pdf>, hlm. 10

<sup>4</sup><http://www.bluebirdgroup.com/wp-content/uploads/2015/10/AR-2016-PT-Blue-Bird-e-reporting1.pdf>, hlm. 7

<sup>5</sup> Hasibuan, S.P, Manajemen Sumber Manusia (edisi revisi), (Jakarta: Bumi Aksara, 2007)

karyawan dan lingkungannya. Manusia pada dasarnya selalu ingin berkelompok dan tidak seorang pun manusia hidup menyendiri di tempat terpencil.

4. *Esteem or Status Needs* (Kebutuhan Penghargaan). *Esteem or Status Needs* adalah kebutuhan akan penghargaan diri, pengakuan serta penghargaan/*prestige* dari karyawan dan masyarakat lingkungannya. Idealnya *prestige* timbul karena adanya prestasi, tetapi tidak selalu demikian. Perlu diperhatikan oleh pimpinan bahwa semakin tinggi kedudukan seseorang dalam masyarakat atau posisi seseorang dalam suatu perusahaannya maka semakin tinggi pula prestasinya.
5. *Self Actualization* (Kebutuhan Aktualisasi Diri). *Self Actualization* adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kecakapan, kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk menapai prestasi kerja yang sangat memuaskan atau luar biasa yang sulit dicapai orang lain. Kebutuhan ini merupakan realisasi lengkap potensi seorang secara penuh. Keinginan seseorang untuk mencapai kebutuhan sepenuhnya dapat berbeda satu dengan lainnya. Pemenuhan kebutuhan ini dapat dilakukan oleh para pimpinan perusahaan dengan menyelenggarakan pendidikan dan penelitian.

## METODE PENELITIAN

Menurut Burhan Bungin, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif bertujuan “untuk mencari teori bukan menguji teori, menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah, terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat dan mengamati gejala sosial yang ada”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), Hlm. 306-307

Berdasarkan pernyataan dari Burhan Bungin, maka dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu bentuk dari metode penelitian yang sering digunakan untuk penelitian. Deskriptif kualitatif berusaha untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian secara mendetail atau mendalam dengan cara memfokuskan pada suatu masalah tertentu.

Adapun, dari penjelasan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk dapat mendeskripsikan masalah pada penelitian ini dengan lebih fokus, mendetail, dan mendalam.

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini adalah Observasi Non Partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi literatur.

Menurut Rachmat Kriyantono Observasi dikenal dua jenis metode observasi yaitu;

1. Observasi Partisipan

Adalah metode observasi dimana periset juga berfungsi sebagai partisipan, ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diriset, apakah kehadirannya diketahui atau tidak.

2. Observasi Non Partisipan

Merupakan metode observasi dimana periset hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang diriset, baik kehadirannya diketahui atau tidak.<sup>7</sup>

Dimana peneliti tidak ikut terjun langsung dalam pelaksanaan program perlindungan bahasa dan sastra yang dilakukan oleh Badan Bahasa, namun peneliti hanya sebagai observasi seperti survei melalui laman instansi, wawancara dengan pihak yang terlibat dalam program perlindungan bahasa dan sastra.

Wawancara Mendalam. Rachmat Kriyantono menjelaskan ada beberapa jenis wawancara yang bisa digunakan dalam riset yaitu:

1. Wawancara Pendahuluan

<sup>7</sup> *Ibid.* Hlm. 110.

Wawancara pendahuluan, ada wawancara jenis ini tidak ada sistematika tertentu, tidak terkontrol, informal, terjadi begitu saja, tidak terorganisasi atau terarah.

#### 2. Wawancara Terstruktur

Pada wawancara jenis ini, periset menggunakan pedoman wawancara, yang merupakan bentuk spesifik yang berisi instruksi yang mengarahkan periset dalam melakukan wawancara.

#### 3. Wawancara Semistruktur

Pada wawancara semistruktur ini, pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan.

#### 4. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan *Informan* agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.<sup>8</sup>

Berdasarkan pengertian ini maka peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktur dan wawancara mendalam. Karena dengan menggunakan teknik wawancara tersebut maka peneliti dapat mendapatkan data yang lebih banyak dan lengkap, karena dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Peneliti juga menggunakan teknik wawancara mendalam karena dengan melakukan percakapan secara langsung dengan pihak yang bersangkutan dan hal tersebut dilakukan secara intensif, untuk itu data yang didapatkan akan lebih maksimal dan sesuai dengan keadaan dan fakta yang sedang terjadi dalam instansi tersebut.

Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data melalui bahan-bahan yang diperlukan dalam menunjang skripsi dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang peneliti dapatkan.

Data instansi yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan data yang terkait dengan penelitian. Peneliti mendapatkan data dari instansi pemerintahan, dimana peneliti melakukan penelitian.

Peneliti menggunakan internet untuk menambah data yang terkait dengan penelitian. Peneliti mendapatkan data melalui internet dan *website* Badan Bahasa.

Menurut Patton "Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar."<sup>9</sup> Sehubungan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, maka data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Berdasarkan pendekatan deskriptif kualitatif, maka peneliti akan menjawab secara deskriptif, bagaimana strategi komunikasi internal PT Blue Bird Tbk dalam mempertahankan motivasi kerja karyawan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Internal Communications Division* PT Blue Bird adalah garda depan perusahaan yang menjembatani komunikasi antara internal maupun eksternal, dan membangun hubungan yang baik antara pengemudi. Segala yang berkaitan dengan strategi *internal communications* dalam mempertahankan motivasi kerja pengemudi.

Kegiatan *internal communications* PT Blue Bird Tbk adalah memberikan setiap informasi yang dibutuhkan pengemudi mengenai teknologi-teknologi baru, dan memberikan informasi yang sedang terjadi di perusahaan. Mengenalkan program-program baru seperti aplikasi "my blue bird". Kegiatan *internal communications* PT Blue Bird Tbk dengan tujuan untuk mempertahankan motivasi kerja para pengemudi yang dampak positifnya akan dirasakan juga oleh perusahaan ini yaitu mempertahankan kinerja dari seluruh pengemudi yang termotivasi sehingga visi dan misi blue bird dapat tercapai.

Menjalin hubungan yang baik dengan public internal terutama pengemudi sangat penting dan menjadi perhatian khusus PT Blue Bird Tbk. Setiap pengemudi merupakan aset bagi perusahaan. Bukan hanya karena tenaganya tetapi kinerja dan sikap baik dan tanggung jawabnya dalam memajukan perusahaan. PT Blue Bird Tbk juga menyadari pentingnya keharmonisan hubungan antara pengemudi dengan internal perusahaan.

<sup>8</sup> Kriyantono, *Op.Cit.*, Hlm. 98-100.

<sup>9</sup>Ardianto, *Op.Cit.*, Hlm. 217.

Salah satu strategi *internal communications* adalah dengan menjalin hubungan baik dengan para pengemudi, salah satu kegiatan yang dilakukan adalah buka puasa bersama ketika bulan ramadhan dan bercerita mengenai fakta-fakta kesuksesan pengemudi yang mendapatkan penghargaan.

*Internal Communications* Division PT Blue Bird Tbk merupakan penghubung informasi dengan pihak *internal* (pengemudi) dan mengurus seminar, *workshop*, ataupun pelatihan yang merupakan informasi yang dibutuhkan oleh pengemudi. *Internal Communications* Division merupakan jembatan untuk mengkomunikasikannya.

Kegiatan *internal communications* Division yang lain adalah dengan mengelola *bulletin* "Berita Blue Bird" dan media *internet*. *Bulletin* ini media yang bisa langsung diakses pengemudi. Hal ini juga dapat membantu para pengemudi dalam pemenuhan kebutuhannya akan informasi, dengan mengakses dan membaca *buletin* pengemudi dapat bertambah wawasannya dan lebih termotivasi dalam bekerja karena merasa informasi mengenai kebijakan ataupun kegiatan yang dilakukan perusahaan mudah diakses dan diketahui.

*Internal Communications* dalam melakukan kegiatan internal seperti rapat bersama *mascot* di setiap *pool* taksi, melaksanakan kegiatan *briefing* bersama pengemudi ataupun diskusi tentang kinerja pengemudi.

Tidak hanya kegiatan *internal communications* blue bird yang dapat mempertahankan motivasi pengemudi. Pengemudi juga dapat lebih termotivasi dan lebih mempertahankan kinerjanya dengan dipenuhinya lima kebutuhan seperti yang diungkapkan dalam Teori Motivasi Abraham Maslow, terutama kebutuhan sosial.

## KESIMPULAN

Berikut kesimpulan yang peneliti berikan, yaitu:

1. Strategi *internal communications* PT. Blue Bird Tbk dalam mempertahankan motivasi kerja pengemudi yang paling utama adalah dengan memenuhi kebutuhan fisik kebutuhan tingkat pertama seperti bonus

untuk pengemudi, tunjangan hari raya, dan adanya fasilitas berupa ruang olahraga dan mes yang bisa digunakan pengemudi.

2. Strategi *internal communications* PT. Blue Bird Tbk dalam mempertahankan motivasi kerja pengemudi dengan memenuhi kebutuhan keamanan dan keselamatan kebutuhan tingkat kedua yang diberikan perusahaan adalah asuransi apabila pengemudi mengalami sakit atau kecelakaan. Ada juga fasilitas seperti klinik beserta dokter jaga dan di setiap taxi Blue Bird memiliki tombol yang fungsinya apabila ada keadaan yang genting pengemudi bisa menekan tombol tersebut untuk meminta bantuan dan juga keamanan dan keselamatan yang diberikan PT Blue Bird Tbk berupa pemeliharaan dan pengecekan setiap kendaraan yang akan beroperasi. pengecekan tersebut dilakukan setiap hari.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. 2013. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Hasibuan, S.P. Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia (edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

### Sumber Online

<http://www.bluebirdgroup.com/wp-content/uploads/2015/10/AR-2016-PT-Blue-Bird-e-reporting1.pdf>) diakses pada tanggal 10 Maret 2018, pukul 09.30 WIB.

<http://www.bluebirdgroup.com/wp-content/uploads/2015/10/AR-2016-PT-Blue-Bird-e-reporting1.pdf>) diakses pada tanggal 10 Maret 2018, pukul 10.30 WIB