

Peran komunikator dalam mendorong semangat "KAIZEN": studi komunikasi perbaikan "mutu" di pabrik komponen otomotif PT. Mitsubishi Krarna Yudha Motors and Manufacturing, Jakarta

Ambarita, Wesly Parmonangan Conrad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70769&lokasi=lokal>

Abstrak

Masalah yang dihadapi oleh Manajemen dalam mengelola perusahaan dan untuk dapat menghasilkan produk komponen otomotif adalah masalah "Mutu" yaitu meliputi mutu material bahan, mutu metode kerja, mutu manusianya, mutu alat, mutu keselamatan dan kenyamanan lingkungan kerja (ergonomi).

Agar masalah "Mute" ini dapat diatasi, maka penulis mengadakan penelitian secara kualitatif yaitu melihat dari dekat ke lapangan ten tang sikap dan perilaku Kelompok kerja dalam menyikapi "pesan komunikasi" dari menejemen. Isi dari "pesan komunikasi" ini antara lain menyangkut visi dan misi perusahaan, pendidikan summer daya manusia dibidang teknik, manajemen, mutu, kepemimpinan melibatkan lembaga Gugus Kendali Mutu (GKM) di lingkungan perusahaan, program "rewards system" meliputi kesejahteraan, penghargaan, pensiun, perlombaan, hiburan dan hal lain yang menyangkut "rewards system".

Untuk sosialisasi "pesan komunikasi" ini, maka penulis mengetengahkan "peranan komunikator" yaitu Top Management, Menejer, Penyelia, Foreman dengan sasaran "koniunikan" Kelompok kerja atau seluruh karyawan dengan imbalan "system rewards". Disini penulis mengacu pada teori-teori komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi small groups, gaya menejemen jepang, psikologi komunikasi, KAIZEN dan inovasi, menejemen sumber daya manusia, artikel dan tulisan yang menyangkut mute dan KAIZEN dari perusahaan sejenis khusus industri dengan teknologi jepang di Indonesia.

Istilah KAIZEN adalah dari bahasa Jepang yaitu semangat menuju "perbaikan berkesinambungan" atau "improvement with no ending". Prosesnya adalah mencari sebab akibat dari masalah serta penanggulangan masalah berupa "ide-ide perbaikan" dari mutu, unto k sosialisasi budaya semangat "KAIZEN" ini pihak manejemen membuat paket "pesan" melalui "kornunikator" dengan media komunikasi.

Dari hasil penelitian diperoleh temuan komunikasi bahwa pihak menejemen harus mampu sebagai "sumber pesan" dan "komunikator" yang baik agar mampu merangkul Kelompok kerja atau seluruh karyawan yaitu dengan mensosialisasikan budaya semangat "KAIZEN" yaitu sadar akan mute dan semangat perbaikan berkesinambungan.

Manfaat akademis dari penelitian kualitatif ini dapat menjadi referensi atau "pembuka layar" bagi peneliti lain dengan pendekatan kuantitatif dimana dapat dicari signifikansi hubungan limier, korelasi dan regresi diantara variabel babas dan terikat.

Kesirnpulannya adalah bahwa sasaran "Mute" dengan budaya semangat "KAIZEN" ini akan tercapai dengan tujuan :

- Sasaran bagi peningkatan (Objective for Breakthrough).
- Sasaran bagi pengendalian (Objective for Control).
- Sasaran bagi kepuasan pelanggan (Objective for Customer Satisfaction).