

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

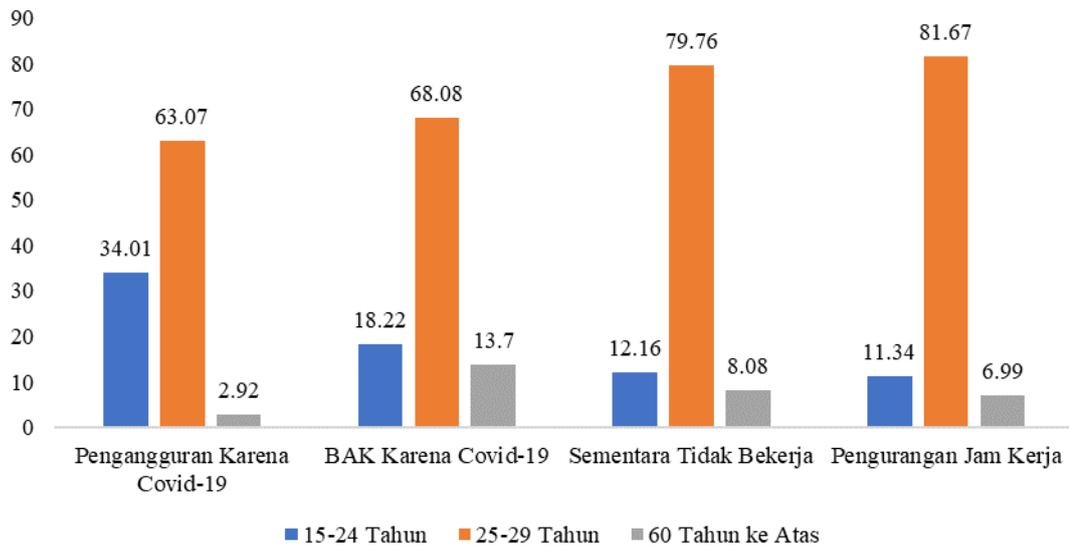
### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pandemi yang sedang terjadi di Indonesia saat ini memberlakukan penghentian kegiatan di beberapa sektor sesuai dengan peraturan pemerintah seperti kebijakan *lockdown* atau PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat) dan menjaga jarak minimal satu meter, hal tersebut menyebabkan gangguan dalam skala besar terhadap menurunnya permintaan layanan seperti tempat makan, tempat hiburan dan transportasi serta meningkatnya permintaan yang mendadak untuk kebutuhan pokok rumah tangga dan layanan digitameter (Tatiana et al, 2020).

Salah satu sektor yang mengalami dampak akibat Covid-19 adalah sektor perekonomian (Widyaningrum et al., 2020). Hal ini menyebabkan banyaknya karyawan yang mengalami Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan mahasiswa yang baru lulus juga mengalami kesulitan untuk mencari lowongan pekerjaan yang semakin berkurang. Hal tersebut, diupayakan mereka mampu mempunyai alternatif untuk berwirausaha walau dalam skala kecil (Kusasih et al., 2020).

Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia (Permana & Afandi, 2021). Melalui berwirausaha, berbagai peluang kerja dapat diciptakan sendiri sehingga seseorang tidak bergantung pada orang lain untuk mencari pekerjaan dan dapat membantu pemerintah mengurangi pengangguran melalui wirausaha.

### Dampak Covid-19 terhadap Penduduk Usia Kerja



Gambar 1.1 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penduduk Usia Kerja

Sumber: Badan Pusat Statistik

Pada gambar diatas jika dilihat berdasarkan kelompok usia kerja bahwa kelompok usia kerja 25-59 tahun merupakan kelompok usia yang paling banyak terdampak Covid-19 pada semua aspek. Sementara itu, kelompok usia kerja 15-24 tahun yang memiliki dampak paling besar pada aspek pengangguran karena Covid-19. Kelompok usia kerja 60 tahun keatas yang terdampak paling besar pada aspek bukan angkatan kerja karena Covid-19.

Berdasarkan fenomena diatas telah terbukti tingginya tingkat pengangguran di Indonesia akibat Covid-19. Maka berwirausaha merupakan solusi yang tepat untuk tetap bertahan hidup di masa pandemi Covid-19. Salah satu ancaman dan tantangan yang nyata untuk melakukan wirausaha yaitu sistem ekonomi secara global termasuk Indonesia masih terhambat (Khan et al.,2021). Oleh sebab itu, berwirausaha harus dilakukan dengan mengupayakan suatu nilai ekonomis bagi dirinya dan orang lain (Putri & Christiana, 2020).

Menurut pendapat dari Hasan et al (2021), wirausaha merupakan individu yang memiliki kemampuan melihat peluang yang ada dan kemudian membentuk sebuah organisasi yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Lebih lanjut lagi Hasan (2020) dan Dinar, M., Ahmad & Hasan (2020) menyatakan bahwa hal yang harus diperhatikan dari berwirausaha adalah kemampuan melihat peluang, mampu

menciptakan kreativitas untuk sesuatu hal yang baru dan berbeda, serta memiliki pemikiran yang terbuka untuk menerima masukan positif ataupun negatif demi perkembangan suatu bisnis.

Hal tersebut mendukung pendapat dari Zhao, Y (2018) tentang wirausaha bukan suatu hal yang mudah dan dimulai dalam waktu yang singkat, namun harus dimulai lebih dini serta dapat memahami peluang dan tantangan tersendiri untuk meningkatkan jiwa berwirausaha. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Didik Purwadi sebagai pengamat kewirausahaan bahwa minat wirausaha di Indonesia masih terbilang sedikit. Kementrian Koperasi dan UKM (Kemenkop dan UKM) mencatat di tahun 2020 hanya memiliki angka rasio 3,47 persen dan di tahun 2021 memiliki target menjadi 3,55 persen.

Didapat dari artikel kompas.com, beberapa faktor penghambat pertumbuhan wirausaha di Indonesia, antara lain yaitu pola pikir masyarakat yang lebih tertarik untuk menjadi pekerja, rendahnya kapasitas SDM pelaku wirausaha dan regulasi yang belum memiliki kemampuan dalam mengatasi permasalahan sehingga dapat menghambat perkembangan dunia wirausaha serta kendala dalam mengakses modal. Masalah lain sulitnya pengusaha berkembang adalah sistem pendidikan Indonesia yang tidak mengajarkan wirausaha sejak dini.

Selain pada sektor ekonomi, hal lain seperti komunikasi menjadi dampak terbesar saat pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan seseorang untuk mengubah kebiasaan cara dalam proses komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu poin penting untuk mencapai sebuah tujuan dalam organisasi. Pandemi Covid-19 diakui telah mengubah pola komunikasi di masyarakat. Dampak dari pandemi ini juga mengubah semua kebiasaan masyarakat yang dilakukan sebelum pandemi Covid-19. Yuliandre Darwis selaku Komisioner KPI Pusat melakukan diskusi secara *virtual* yang bertema “Kreativitas dalam Keterbatasan” pada bulan April 2020.

Pada acara diskusi tersebut, Yuliandre juga berpendapat bahwa pandemi Covid-19 telah menyebar ke seluruh dunia yang menyebabkan banyak aktivitas terganggu mulai dari bekerja, ekonomi dan juga bisnis. Sebelum pandemi Covid-19, masyarakat masih bebas melakukan perkumpulan aktivitas belajar melakukan pemindahan ruang kelas yang berubah menjadi ruang *virtual* dan banyak perusahaan juga menerapkan kebijakan bekerja dari rumah atau *work from home* dalam beberapa

pekan terakhir. Pandemi Covid-19 telah mengubah cara orang bekerja, bersosialisasi, termasuk melakukan sebuah acara dan berdiskusi.

Presiden Internasional *Broadcasting Regulatory Authority Forum* (IBRAF) periode tahun 2017-2018 mengatakan bahwa pola komunikasi saat pandemi Covid-19 harus mendapatkan perhatian khusus sebagai penanggulangan krisis akibat dampak dari pandemi. Menurut Stephen dalam buku *Theories of Human Communication* (Sendjaja, 2014) terdapat tiga pendekatan dalam berkomunikasi antar manusia.

Pendekatan pertama menekankan pada objektivitas dengan memisahkan objek serta subjek pelaku, pendekatan kedua menekankan pada sikap dan perilaku orang sekitar, sedangkan pendekatan ketiga gabungan dimana objek studi adalah kehidupan manusia. Hal tersebut dijelaskan bahwa manusia membutuhkan kesempatan secara langsung untuk berpartisipasi dalam kehidupan sehari-hari dengan lingkungan sekitar. Kondisi pandemi Covid-19 dapat dikatakan masih jauh dari seharusnya dalam hal hubungan manusia secara humanis.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Yuliana dan Rahadi, 2021) disimpulkan bahwa selama pandemi Covid-19 diperlukan komunikasi yang baik yang berisi kata-kata dan pesan yang diungkapkan untuk meningkatkan simpati dan kepedulian satu sama lain agar menciptakan komunikasi yang efektif untuk saling memotivasi, maka individu harus memiliki kemampuan mengirim dan menerima informasi yang terbaik terlebih dahulu.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Priantoro, 2020) didapat kesimpulan bahwa tekanan saat krisis pandemi Covid-19 membuat masyarakat melakukan perubahan perilaku dalam cara berkomunikasi dari konvensional bergeser ke penggunaan media sosial (digital). Jika proses interaksi individu di dalam masyarakat mengalami tekanan oleh suatu keadaan, maka sifat manusia sebagai makhluk sosial akan berusaha berinovasi untuk tetap saling berinteraksi dengan sesama individu lainnya.

Sama halnya dengan seorang pengusaha, juga mengalami dampak dalam komunikasi sehingga harus memiliki upaya untuk beradaptasi menyesuaikan gaya bahasa dan penyampaian dalam berkomunikasi terhadap pelanggan. Dilansir dalam (sirclo.com, 2021) banyak pengusaha mulai dari skala kecil, menengah hingga besar, mulai menyusun ulang strategi komunikasi, membuat konten, dan mencari ide kreatif baru untuk memasarkan produk atau jasa di masa pandemi Covid-19.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Junaidi, 2021) didapat kesimpulan bahwa komunikasi antar pribadi memiliki peran sangat penting dalam proses komunikasi antara pimpinan dan bawahan di Hotel Santika Premier Dyandra Medan. Dalam proses komunikasi apabila ditemukan hambatan seperti ketidakselarasan, maka pimpinan melakukan komunikasi tatap muka dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan sesuai standar yang sudah ditentukan.

Saat ini menjadi seorang pengusaha yang sukses merupakan dambaan setiap individu, dengan anggapan bahwa menjadi pengusaha sangat nyaman karena dapat mengatur sendiri jam kerja serta dapat memperoleh penghasilan yang lebih besar dibandingkan dengan bekerja. Sebagai pengusaha dinilai dapat memberikan dampak sosial yang baik bagi masyarakat, yaitu dengan mempekerjakan orang dalam sebuah usaha kita sendiri dan sudah dapat memberikan dukungan yang positif dalam upaya mengurangi angka pengangguran yang terjadi. Namun dibalik semua itu, menjadi seorang pengusaha bukanlah hal yang sangat mudah seperti apa yang di mimpikan, sangat banyak tantangan yang harus dilalui dan juga masalah yang harus dipecahkan. Masalah dan tantangan muncul seiring dengan berjalannya sebuah usaha bagi pengusaha pemula atau yang masih dalam tahap merintis usahanya. Jawaban dari hal tersebut yaitu dengan memperluas relasi.

Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh seorang pengusaha yaitu memperbanyak relasi kemudian ikut dalam komunitas dan organisasi yang memiliki lingkungan yang sama seperti organisasi khusus untuk kalangan pengusaha yang masih terbilang muda. Dalam organisasi tersebut mereka dapat berbagi pengalaman dan ilmu tentang kewirausahaan dan tentunya kendala yang harus dihadapi oleh seorang pengusaha sehingga mereka dapat menyelesaikan tantangan yang sedang dihadapi oleh bisnis masing-masing.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak wadah atau organisasi untuk para pengusaha, salah satu organisasi pengusaha di Indonesia yang banyak dipertimbangkan oleh pengusaha yaitu HIPMI yang merupakan singkatan dari Himpunan Pengusaha Muda Indonesia. HIPMI adalah salah satu organisasi yang menghimpun para Pengusaha di Indonesia dan merupakan salah satu organisasi yang memiliki eksistensi yang baik sampai saat ini. banyak tokoh nasional yang merupakan jebolan dari Organisasi HIPMI.

HIPMI merupakan organisasi independen nonpartisipan yang dibentuk pada tanggal 10 Juni 1972 dengan tujuan utama yaitu menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda karena pada zaman tersebut tidak banyak kalangan muda yang ingin berprofesi sebagai pengusaha. Profesi sebagai seorang pengusaha pada saat itu dipandang rendah sehingga kaum intelektual lebih memilih untuk berprofesi di birokrat, TNI/POLRI dan juga sebagai pegawai di BUMN. Seiring berjalannya waktu HIPMI terus beradaptasi dan berinovasi salah satunya karena telah berhasil bertahan melewati krisis moneter pada tahun 1998, dan pada akhirnya berhasil merubah pandangan masyarakat tentang profesi pengusaha.

Anggota HIPMI biasanya disebut sebagai kader karena organisasi HIPMI merupakan wadah kaderisasi untuk para pengusaha. Banyak tokoh nasional yang berasal dari anggota HIPMI seperti Bapak Presiden Indonesia yaitu Bapak Joko Widodo yang merupakan mantan anggota HIPMI Kota Solo, kemudian Menteri BUMN yang sedang menjabat yaitu Erick Tohir, Sandiaga Salahuddin Uno yang juga menjabat sebagai menteri selanjutnya Ketua MPR RI Bapak Bambang Soesatyo, Bahlil yang saat ini menjabat sebagai Menteri Investasi kemudian Aburizal Bakrie dan masih banyak tokoh nasional lainnya. Hal tersebut membuktikan bahwa organisasi HIPMI memiliki peran yang sangat penting untuk para kalangan pengusaha dan juga memiliki banyak manfaat khususnya relasi. (hipmikabupatenbandung.org, 2019)

Tidak hanya sebagai wadah untuk menghimpun para pengusaha muda, HIPMI juga memiliki berbagai program kerja yang berhubungan dengan peningkatan kualitas serta kuantitas pengusaha di Indonesia karena salah satu syarat sebuah Negara menjadi Negara maju yaitu berdasarkan faktor rasio pengusaha dari Negara tersebut. Maka dari itu visi dari HIPMI sangat bermanfaat untuk terus mencetak pengusaha muda baru di Indonesia.

Dibalik peran dari tujuan HIPMI untuk memajukan Indonesia dari sisi kacamata pengusaha tentu dari dibentuk dan bertahannya HIPMI hingga sekarang tidak luput dari dukungan dan bantuan pemerintah baik pusat maupun daerah yang senantiasa memberikan dukungan untuk setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh HIPMI sendiri.

# Percepat Pemulihan Ekonomi, Hipmi-BUMN Jalin Kerja Sama

Jumat 05 Mar 2021 16:36 WIB

Rep: lit/Septyaningsih/ Red: Friska Yolanda



Ketua Umum DPP HIPMI Mardani H Marning.

Foto: Yogi Ardhi/Republika

Gambar 1.2 Artikel Mengenai HIPMI dan BUMN Menjalin Kerjasama

Sumber : [republika.co.id](http://republika.co.id) (2021)

Dapat dilihat artikel diatas didapat dari ([republika.co.id](http://republika.co.id), 2021) yang menjelaskan bahwa HIPMI dan BUMN melakukan kegiatan kerjasama dengan tujuan untuk memberikan dorongan kepada pada pengusaha dan mempercepat pemulihan ekonomi di Indonesia. Hal tersebut merupakan salah satu dari banyaknya kegiatan HIPMI yang berhasil mendapat dukungan dari pemerintah sehingga kiprah HIPMI sebagai organisasi di Indonesia menjadi salah satu organisasi yang memang patut untuk diperhitungkan.

Pada tahun 2019 dan sebelum pandemi Covid-19, banyak kegiatan yang terjadi di organisasi HIPMI. Namun berbeda halnya ketika pandemi Covid-19 melanda, organisasi HIPMI juga mengalami dampak yang diakibatkan oleh virus tersebut, salah satunya yaitu mengurangi pertemuan dan perkumpulan dengan tujuan untuk membantu pencegahan penularan Covid-19. Hal tersebut mengakibatkan berkurangnya komunikasi yang terjadi di antara kader.



Gambar 1.3 Kegiatan HIPMI Sebelum Pandemi Covid-19

Sumber : hipmikabupatenbandung.org (2021)

Pada Gambar 1.3 merupakan kegiatan yang dilakukan sebelum pandemi Covid-19. Rata-rata kegiatan dilaksanakan secara tatap muka dan bertemu langsung dengan banyak orang, mulai dari kegiatan sinergi bersama pemerintah, Bandung *start-up pitching day*, dan lain sebagainya yang dilakukan sebelum adanya pandemi Covid-19. Kegiatan dilakukan tanpa memikirkan protokol kesehatan tetapi fokus pada tujuan tersebut yang akan dicapai dan komunikasi yang terjadi berjalan sesuai harapan. Kegiatan lainnya yang dilakukan oleh HIPMI dalam upaya menyebarkan virus wirausaha dengan cara membuat acara seminar bisnis dengan pemateri yang menarik perhatian, menularkan virus wirausaha sampai ke penghuni Lepas Bulu.

Kegiatan yang HIPMI lakukan tidak melulu soal bisnis, Kegiatan Silaturahmi dan Halal bihalal juga sering dilakukan oleh sesama anggota HIPMI untuk menjalin tali persaudaraan dalam satu organisasi.



Gambar 1.4 Kegiatan HIPMI saat Terjadi Pandemi Covid-19

Sumber: hipmikabupatenbandung.org (2021)

Dapat dilihat pada Gambar 1.4 bagaimana kegiatan yang dilakukan saat terjadi pandemi Covid-19. Kegiatan dan program dilakukan secara *online*, memanfaatkan media sosial dengan upaya untuk mencegah penularan Covid-19. Terjadi perbedaan signifikan terkait kegiatan yang dilakukan sebelum pandemi Covid-19 dan saat pandemi Covid-19. Dimana ruang gerak untuk mengekspresikan dan komunikasi dibatasi oleh situasi dan kondisi. Hal tersebut mengakibatkan proses komunikasi yang terjadi saat mengalami hambatan, dimana seseorang akan lebih merasakan saat komunikasi dilakukan secara langsung dibandingkan saat berkomunikasi secara *online* yang dimana orang lain tidak bisa mengetahui ekspresi seseorang satu sama lain disebabkan karena gangguan koneksi sehingga informasi yang disampaikan atau diterima akan terhambat.

Interaksi komunikasi yang ada di HIPMI terjadi melalui berbagai cara. Para kader HIPMI merupakan individu yang memiliki kepribadian yang berbeda-beda sehingga menggunakan pola komunikasi yang juga berbeda. Beberapa agenda tetap dilakukan di masa pandemi ini untuk menjalin komunikasi di antara kader HIPMI. Salah satunya adalah perkumpulan rutin setiap bulan yang terjadi di saat pandemi Covid-19 ini dilakukan secara *online*. Hal tersebut selain dilakukan untuk tujuan daripada organisasi juga bertujuan untuk tetap menjalin komunikasi satu sama lain.

Komunikasi memiliki peran penting dalam aspek setiap kehidupan manusia, baik dalam membentuk hubungan sosial maupun hubungan interpersonal. Komunikasi juga memiliki peran dalam menjalin relasi di dunia bisnis dalam skala kecil, menengah maupun besar sehingga tidak akan lepas dari proses komunikasi yang terjadi (Ego Gantiano, 2017).

Dalam berkomunikasi, setiap individu akan menggunakan cara komunikasi dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Dalam artikel yang ditulis oleh (Kusumawati, 2016) menjelaskan bahwa komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan, sementara itu, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas tidak menggunakan kata-kata, misalnya bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata.

Dalam mendukung fenomena dalam penelitian ini, maka peneliti akan melakukan pra survei dengan metode wawancara ke beberapa kader HIPMI untuk mendapatkan pandangan setiap individu secara langsung yang dialami terkait bidang usaha yang dijalani selama ini di masa pandemi Covid-19.

Saudara (Senandhika, Informan 4, 2022), selaku staff bidang OKK di BPC HIPMI Kota Bandung dan memiliki bisnis yang sudah berjalan di bidang *food and beverages* menyampaikan pendapatnya terkait dampak yang terjadi pada bisnisnya bahwa “tidak bisa dipungkiri sektor usaha mengalami dampak yang sangat signifikan saat pandemi, tidak hanya sektor makanan tapi semua sektor usaha. Dengan adanya penutupan jalan hingga paling parah saat di Bandung dilakukan *lockdown*, kebetulan tempat saya berada di zona satu. Saya sudah mengantisipasi apa yang terjadi ke depan bahwa kebiasaan masyarakat saat ini sudah berubah drastis yang biasanya melakukan berpergian, muter-muter nyari kuliner, mungkin sekarang mereka menggunakan jasa *online food delivery*. Persaingan dalam *online food delivery* juga berbeda, jadi harga yang paling murah yang banyak dicari masyarakat. Jadi, yang pertama kita pasti akan *repackage* atau nge *rebranding* lagi lah yaa ketika memang ingin berkompetisi di *market*”

Saudara Rangga Subagja selaku Ketua Bidang 8 (Tata Ruang, PU, dan Pembangunan Desa) dan memiliki bisnis yang sudah berjalan di bidang kontraktor perumahan, arsitektur, dan desain interior menyampaikan pendapatnya bahwa “usaha saya ini bergerak pada bidang arsitektur, interior, dan bahkan masuk ke pemborong rumah-rumah pribadi. Untuk pandemi, usaha saya mengalami penurunan misalnya kualitas SDM dimana kita mau mempekerjakan orang yang harus ada terus sedangkan mereka juga mencari uang untuk keluarga dan kita juga, hambatan terberatnya itu ketika ada seorang *customer*, bayar bangunannya sedikit agak terlambat”.

Saudara Muhammad Faza selaku Wakil Bendahara Umum BPC HIPMI Kota Bandung dan memiliki bisnis yang sudah berjalan di bidang *food and beverages*

menyampaikan pendapatnya bahwa “usaha saya sangat terdampak dengan adanya covid ini mulai dari minat pelanggan yang menurun dan juga peraturan pemerintah yang dilarang berpergian, jam tutup operasional pastinya berpengaruh ke penjualan kita”.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada lima responden kader BPC HIPMI Kota Bandung, keseluruhannya mengalami dampak yang dirasakan dari adanya Covid-19 terhadap bisnis yang dimilikinya. Mulai dari perencanaan dan strategi sampai terpikirkan untuk memulai bisnis baru dengan mengikuti keadaan saat ini.

Hal tersebut mengakibatkan mereka membutuhkan dorongan motivasi melalui komunikasi satu sama lain. Sehingga peneliti pun melakukan wawancara terhadap cara mereka untuk dapat bertahan dikeadaan saat ini dan menilai manfaat komunikasi yang terjalin selama ini di dalam organisasi tersebut. Berikut tanggapan responden terkait komunikasi.

Pendapat Saudara (Senandhika, Informan 4, 2022) terhadap komunikasi yang terjadi selama berada dalam Organisasi BPC HIPMI Kota Bandung “kita berusaha tetap termotivasi karena merupakan ini tantangan baru, dimana kita harus mencari peluang dan alhamdulillah kita juga banyak melakukan konsultasi sekarang. di Kota Bandung banyak loker-loker yang digunakan untuk meng-*up* bisnis-bisnis yang dimiliki oleh anggotanya salah satunya HIMPI Kota Bandung saat ini sedang melakukan program *#bantubisnistemen*, di program ini bertujuan untuk mempromosikan usaha-usaha yang dimiliki oleh anggota BPC HIPMI, dipromosikan melalui kanal instagram HIPMI Kota Bandung. Hal tersebut merupakan salah satu cara untuk memotivasi anggota lain berusaha untuk memiliki usaha. Cara lain dengan dilakukan sharing dengan anggota lain untuk memotivasi semangat teman-teman, kumpul-kumpul, bahwa mereka semua tidak sendirian disini, semua terdampak dan lagi *survive*”.

Pendapat Saudara (Prakoso, Informan 2, 2022) terhadap komunikasi yang terjadi selama berada dalam Organisasi BPC HIPMI Kota Bandung “motivasi dalam sendiri sih pasti ada, salah satu motivasinya harus tetep jalanin jangan diem aja walaupun diem pun setidaknya ngasih suatu kerjaan lainnya, lebih ke gimana cara ngebangun bisnis lagi di masa Covid-19 ini. dengan perkumpulan kaya rapat dan kumpul bareng itu bisa jadi motivasi gimana caranya untuk selalu membangun di masa

ini semisal ngajakin *project*-an bareng, pokonya di HIPMI ini kaya saling mendukung banget. dari hal itu bisa ngebuat kepercayaan diri untuk ngebuka bisnis”.

Tanggapan dari lima responden diatas mengatakan bahwa komunikasi yang saat ini sudah terjadi memberikan manfaat tersendiri sebagai si penerima informasi dan hanya dengan memberikan sebuah semangat akan membuat seseorang memiliki daya tarik dan tingkat kepercayaan. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat (Ego Gantiano, 2017) bahwa komunikasi dapat membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami tanggapan komunikan saat menerima pesan.

Oleh sebab itu, komunikasi memiliki peran penting di dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh (Aprianti, 2017) yang berjudul “Perilaku Komunikasi Verbal dan Non Verbal Pecinta Kereta Api”, bahwa perilaku komunikasi yang dilakukan informan melibatkan bahasa verbal dan nonverbal. Komunikasi yang digunakan saat berinteraksi sesama anggota tidak memiliki jarak sehingga memiliki kedekatan yang erat.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas bahwa komunikasi memberikan peran penting bagi setiap individu yang membutuhkan, sejalan dengan salah satu organisasi pengusaha di Indonesia yang banyak dipertimbangkan oleh pengusaha di seluruh tanah air yaitu HIPMI. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian deskriptif kualitatif terhadap anggota kader BPC HIPMI Kota Bandung dengan tujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi yang terjadi, sehingga penelitian ini berjudul Komunikasi Verbal dan Nonverbal di Kader Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Kota Bandung pada Masa Pandemi Covid-19.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

Bagaimana Komunikasi Verbal dan Nonverbal yang digunakan anggota atau Kader Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Kota Bandung Pada Masa Pandemi Covid 19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini bertujuan

Mengetahui bagaimana Komunikasi Verbal dan Nonverbal yang terjadi pada kader Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Kota Bandung Pada Masa Pandemi Covid 19.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut ialah sebagai berikut:

##### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi keilmuan dalam pembelajaran di Jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya Universitas Telkom. Serta menjadi bahan acuan, perbandingan dan referensi teori bagi peneliti selanjutnya, khususnya pada bidang penelitian komunikasi verbal dan nonverbal.

##### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pihak organisasi HIPMI khususnya BPC HIPMI Kota Bandung, untuk lebih memahami dan mengetahui dampak penggunaan Komunikasi Verbal dan Nonverbal pada anggotanya. Sehingga dapat memaksimalkan dan memperbaiki komunikasi antar anggotanya.

#### 1.5 Waktu dan periode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini diperlukan waktu dan periode yang dapat dilihat pada table 1.1 dibawah ini.

TABEL 1.1 WAKTU PENELITIAN

Kegiatan	Jan 2021	Feb 2021	Mar 2021	Apr 2021	Sep 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mei 2022	Jun 2022	Jul 2022
H										
Penulisan Bab 1										
Penulisan Bab 2										
Penulisan Bab 3										
Pengajuan Desk Evaluation										
Pengumpulan data										

Analisa dan Penulisan bab 4										
Penulisan bab 5										
Pengajuan Sidang										
Sidang Skripsi										