

FISIP_1151900341_Viga_Viesta_ V_JURNAL.docx

by Viga Viesta

Submission date: 03-Jul-2023 12:08PM (UTC+0700)

Submission ID: 2125861754

File name: FISIP_1151900341_Viga_Viesta_V_JURNAL.docx (44.15K)

Word count: 2033

Character count: 14302

Penerapan Program Employee Relations Dalam Membangun Produktivitas Karyawan Di Perusahaan Vapeboss

¹Viga Viesta Virginia, ²Muchammad Rizqi, ³Edy Sudaryanto

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

vigaviesta@gmail.com

Abstract

The focus of this research is the employee relations strategy in building Vapeboss company employee productivity. The purpose of this research is to find out how the employee relations strategy used by Vapeboss companies builds employee productivity. The method used in this study is qualitative with a qualitative approach. Data collection techniques used in this study include interviews, observation, and documentation. The theory used in this research includes two theories, namely organizational communication theory and interpersonal communication theory. The subjects of this study were Vapeboss public relations practitioners and also 3 Vapeboss employees. The result of this study is that there is a relationship between employee relations strategies in building employee productivity, this is evidenced by the results of interviews that have been conducted.

Keywords: employee relations strategies, public relations, employee productivity.

Abstrak

Yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah strategi *employee relations* dalam membangun produktivitas karyawan perusahaan Vapeboss. Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yakni, untuk mengetahui bagaimana strategi *employee relations* yang diterapkan oleh perusahaan Vapeboss dalam membangun produktivitas karyawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua teori yakni teori komunikasi organisasi dan juga komunikasi interpersonal. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu praktisi *public relations* Vapeboss dan juga 3 karyawan Vapeboss. Hasil dari penelitian ini berupa adanya hubungan antara strategi *employee relations* dalam membangun produktivitas karyawan, hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Kata kunci: strategi employee relations, public relations, produktivitas karyawan.

Pendahuluan

Pada era seperti saat ini banyak sekali bisnis-bisnis baru yang bermunculan dan hal ini memperketat persaingan antarperusahaan. Perusahaan-perusahaan akan berlomba-lomba untuk melakukan yang terbaik guna memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Mulai dari berinovasi menciptakan sebuah produk, selalu meningkatkan pelayanan terhadap konsumen, hingga hal penting yang tidak boleh terlewatkan yaitu meningkatkan kualitas tenaga kerja perusahaan. Selama ini yang menjadi banyak fokus dalam sebuah perusahaan yaitu menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal saja namun mengesampingkan hubungan baik dengan pihak internal seperti hubungan antara karyawan dengan atasan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan mutu serta kemampuan perusahaan yang juga harus sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari tujuan perusahaan yang nantinya mampu mencapai *output*

produktivitas yang tinggi. Dalam hal ini humas memiliki tugas dan fungsi dalam melakukan komunikasi keluar dan kedalam. Karena itu sama pentingnya bagi perusahaan yang nantinya hal tersebut sangat menentukan keberlangsungan suatu perusahaan dalam mencapai target atau tujuan yang ingin dicapai (Jannah 2012).

Persamaan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Huri I'in Jannah (2012) dengan judul penelitian "Hubungan Kegiatan *Employee Relation* Dengan Motivasi Kerja Karyawan." Yaitu pada subjek penelitian, yang memfokuskan penelitian pada hubungan *employee relation* dalam sebuah perusahaan. Sedangkan, perbedaannya terapat dalam jenis penelitian dan juga bidang perusahaan yang menjadi objek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Huri I'in Jannah (2012), menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasi serta teknik pengambilan data penelitian berupa menyebarkan kuesioner kepada responden wawancara dan dokumentasi. Sedangkan penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengambilan data menggunakan Teknik wawancara, observasi dan juga dokumentasi.

Komunikasi Organisasi

Jika berbicara mengenai interaksi sosial, maka kita juga akan berbicara mengenai komunikasi. Setiap harinya manusia akan menciptakan sebuah interaksi sosial dengan manusia lainnya. Dan dari interaksi sosial ini lah akan tercipta sebuah komunikasi, yang dimana komunikasi ini menjadi sebuah alat untuk menciptakan sebuah interaksi. Interaksi sosial tidak hanya terjadi di antara dua individu saja, namun dapat juga terjadi di antara individu dan sebuah kelompok. Komunikasi organisasi sendiri ada 3 arus komunikasi didalamnya, yaitu *downward communication*, *Upward communication*, dan *horizontal communication* (Nathania 2014).

1. *Downward communication*

Arus komunikasi ini digunakan oleh tatanan manajemen tertinggi di sebuah organisasi seperti atasan, *CEO*, dan lain sebagainya baik untuk mengirimkan sebuah pesan ataupun informasi kepada tatanan dibawahnya hingga karyawan (Masmuh, 2010, p.10).

1. *Upward communication*

Arus komunikasi yang digunakan oleh tatanan organisasi dari yang paling bawah untuk menyampaikan pesan ataupun informasi kepada atasan (Masmuh, 2010, p.11).

1. *Horizontal communication*

Arus komunikasi ini berlangsung diantara sesama bawahan atau karyawan yang ada di sebuah organisasi (Masmuh, 2010, p.68). biasanya komunikasi ini digunakan didalam kerjasama tim, koordinasi kerja dan lain sebagainya.

Strategi Employee Relations

Penggambaran seberapa pentingnya *employee relations* dalam sebuah perusahaan yang seling keterkaitan satu sama lain dan memiliki kesamaan arti, hingga kemudian dalam buku *Public Relations* yang ditulis oleh Frank Jefkins dimana *employee relations* dibaratkan sebagai kedua sisi mata uang (Rindu 2017). Dalam hal ini mengungkapkan bahwa *employee relation* disebuah perusahaan tidak dapat hanya dipandang atau diartikan hanya sebagai sebuah hubungan kerja yang berkaitan dengan sebuah produksi dan upah yang itu semua terikat dengan sebuah lingkungan kerja semata. Namun, *employee relation* ini juga dapat dipengaruhi system

komunikasi internal dengan pihak karyawan dan juga manajemen perusahaan. Rosady Ruslan (dalam Wardani 2013:23-24) mengungkapkan bahwa, program *employee relation* ini mencakup 5 program, yaitu:

- Program pendidikan dan training

Program Pendidikan training ini dilaksanakan oleh perusahaan dengan tujuan sebagai salah satu upaya untuk dapat menaikkan kinerja dan juga keterampilan karyawan.

- Program motivasi kerja berprestasi

Dilaksanakannya program ini diharapkan mampu menghadapi antara motivasi dengan prestasi kerja yang diikuti dengan kedisiplin karyawan.

- Program penghargaan

Program ini dilaksanakan sebagai salah satu bentuk apresiasi perusahaan terhadap para karyawan.

- Program acara khusus

Program ini dibuat di luar pekerjaan perusahaan seperti *family gathering*. Tujuan dari program ini yaitu, untuk menguatkan keakraban hubungan di antara pimpinan dengan karyawannya.

- Program media komunikasi internal

Ini merupakan sebuah program komunikasi internal sebuah perusahaan yang bisa berbentuk sebuah *news release*, ataupun sebuah majalah perusahaan yang mengangkat informasi kegiatan-kegiatan karyawan dan juga pimpinan perusahaan.

6

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan pendekatan dimana peneliti menggambarkan atau menceritakan melalui tulisan mengenai suatu kejadian atau peristiwa yang sedang diteliti.

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Jenis penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mencari pemahaman mengenai sebuah fenomena dalam subjek penelitian. Yang dimana jenis penelitian kualitatif ini dilakukan secara holistic dan menggunakan metode deskriptif (Rijali 2019).

21

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang telah dilakukan peneliti menghasilkan penerapan 5 program *employee relations* yang diterapkan oleh praktisi *public relations* Vapeboss. Menurut (Frank Jefkins 1992) menyebutkan bahwa antara hubungan internal dengan hubungan eksternal didalam dengan publiknya disebuah perusahaan, keduanya memiliki peranan yang sama pentingnya dalam sebuah perusahaan (Irawan 2015).

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan merupakan penerapan dari 5 program *employee relations* yang telah diterapkan oleh praktisi *public relations* Vapeboss. Rosady Ruslan (dalam Ayuningtyas 2011:23) menyebutkan 5 program *employee relations* yang dimaksud adalah, program pendidikan/training, program motivasi kerja berprestasi, program penghargaan, program acara khusus, dan program komunikasi internal. Dan 5 program *employee relations* tersebut telah terlaksanakan sebagai upaya mencapai tujuan dalam membangun produktivitas

karyawan. Program Pendidikan/*training* yang diterapkan *public relations* Vapeboss juga sudah cukup baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan dalam meningkatkan skill dan kemampuan karyawannya, program pendidikan/*training* yang diterapkan terdiri dari, pemberian materi dan pelatihan *upgrade skill*, *product knowledge*, *public speaking*, pengolahan data, dan *sense of belonging*. Program Pendidikan/*training* ini dilaksanakan setiap satu bulan sekali.

Selain menerapkan program pendidikan/*training* sebagai strategi *employee relations* sebagai upaya membangun produktivitas kerja karyawan, perusahaan Vapeboss juga menerapkan program motivasi kerja berprestasi bagi setiap karyawannya. Program ini bertujuan untuk memberikan dorongan semangat atau motivasi karyawan dalam bekerja. Selain itu, melalui program motivasi kerja berprestasi, program ini mampu mendekatkan hubungan pimpinan perusahaan dengan karyawan-karyawannya. Hal itu dikarena, dengan pimpinan perusahaan memberikan motivasi, karyawan akan merasa diperhatikan. Karena, dari program tersebut dapat menunjukkan bahwa pimpinan perusahaan tidak hanya mempekerjakan karyawan saja, namun juga membimbing dan memberi pembekalan dalam bekerja. Program yang diterapkan praktisi *public relations* Vapeboss adalah, dengan mendatangkan mentor atau *coach* dalam sesi mentoring. Program mentoring ini dilaksanakan setiap satu bulan sekali berbarengan dengan program pendidikan/*training* dilaksanakan.

Sebagai bentuk apresiasi pimpinan perusahaan, Vapeboss juga menerapkan program penghargaan yang ditujukukan kepada karyawan. Melalui program penghargaan, pimpinan perusahaan akan memberikan hadiah atau reward sebagai bentuk apresiasi kerja keras karyawannya. Dari kegiatan tersebut karyawan akan merasa dihargai dan diapresiasi oleh pihak perusahaan. Hal tersebut juga mampu membangun semangat kerja karyawan untuk bekerja lebih giat lagi dan diharapkan mampu meningkatkan kinerja karyawan. Program penghargaan yang diterapkan oleh praktisi *public relations* Vapeboss yakni, melalui acara *awarding* yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali. Program penghargaan yang diberikan kepada karyawan, melalui beberapa kategori seperti, karyawan terbaik, karyawan disiplin, karyawan dengan skill terbaik, hingga toko terbaik. Melalui acara *awarding* pada program penghargaan seperti ini, mampu membangun hubungan antara pimpinan perusahaan dengan karyawan-karyawannya menjadi lebih dekat.

Ada juga strategi *employee relations* berupa program acara khusus yang diterapkan oleh praktisi *public relations* sebagai upaya membangun produktivitas karyawannya. Program acara khusus yakni berbagai macam kegiatan atau acara seperti pergi berlibur bersama, kegiatan *anniversary*, makan bersama dan sebagainya, yang dihadiri pimpinan perusahaan dan seluruh karyawan-karyawannya. Melalui program acara khusus ini, akan menumbuhkan kerja sama tim yang baik, membangun hubungan harmonis, serta rasa ketebukaan diantara sesama karyawan dan pimpinan perusahaan. Program yang diterapkan oleh praktisi *public relations* berupa kegiatan *family gathering* yang diadakan setahun sekali dan juga ada program acara khusus bertajuk *brunch*, yakni acara makan bersama yang diikuti seluruh karyawan, tatanan manajemen hingga *owner* Vapeboss.

Dan yang menjadi program terakhir dalam strategi *employee relations* yang dilakukan Vapeboss dalam membangun produktivitas karyawan yakni program komunikasi internal. Komunikasi internal menjadi program komunikasi yang dilakukan praktisi *public relations* yang bisa dikemas dalam bentuk *news release*, situs/web, perusahaan atau majalah yang diterbitkan perusahaan. Informasi-informasi yang diangkat didalamnya menyangkut kegiatan-

kegiatan perusahaan baik itu karyawan dan ataupun pimpinan perusahaan. Program komunikasi internal yang di jalan praktisi *public relations* yakni, *web* atau situs perusahaan yang dapat diakses oleh semua orang.

Setelah diterapkannya program-program *employee relations*, ada dampak yang cukup besar, baik yang dirasakan oleh karyawan maupun oleh praktisi *public relations* Vapeboss. Dampak berupa adanya rasa kekeluargaan diantara hubungan kerja karyawan dengan pimpinan perusahaan sangat terasa. Dengan adanya rasa kekeluargaan tersebut komunikasi yang terjalin antara karyawan dan pimpinan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan minim terjadinya *miss communications*. Selain itu adanya rasa kekeluargaan di lingkungan kerja, melahirkan keterbukaan yang terjadi diantara sesama karyawan. Hal itu mampu meningkatkan kerjasama tim yang baik dan kompak dan kemudian melahirkan lingkungan kerja yang positif bagi setiap karyawan.

Penutup

Kesimpulan

Setelah penelitian yang dilakukan peneliti mengenai strategi *employee relations* dalam membangun produktivitas karyawan di Vapeboss, menghasilkan beberapa kesimpulan, yakni:

a. Praktisi *public relations* Vapeboss menerapkan program *employee relations* sebagai strategi membangun produktivitas karyawan. Program *employee relations* yang di terapkan yakni, program pendidikan/training, program motivasi kerja berprestasi, program penghargaan, program acara khusus dan yang terakhir yakni program komunikasi internal.

b. Melalui wawancara yang telah dilakukan, mendapati hasil yang menunjukkan bahwa praktisi *public relations* menyadari betul akan pentingnya sebuah hubungan atau komunikasi yang terjalin diantara karyawan dengan pimpinan perusahaan. Dari kelima program *employee relations* yang diterapkan oleh praktisi *public relations* Vapeboss berdampak pada hubungan atau komunikasi yang baik yang terjalin antara karyawan dengan pimpinan perusahaan. Dan dari hubungan baik tersebut, mampu memberikan meningkatkan produktivitas karyawan.

c. Bukti *public relations* Vapeboss mampu membangun produktivitas karyawan salah satunya melalui strategi *employee relations* yakni, perkembangan cabang-cabang Vapeboss di Jawa Timur, Jawa Barat, Jakarta dan yang akan segera hadir ada di Bali.

Saran Public Relations

a. Untuk perusahaan Vapeboss lebih memperhatikan kembali *reward* yang diberikan kepada karyawan. Diharapkan *reward* dapat lebih di sesuaikan kembali agar mampu meningkatkan eksistensi karyawan dan membuat karyawan lebih di apresiasi.

Saran bagi penelitian selanjutnya

a. Apa yang menjadi hasil dari penelitian ini, diharapkan menjadi rujukan dibidang perdangan produk atau jasa sebagai upaya penerapan startegi *employee relations*.

b. Diharapkan penelitian ini kedepannya dapat menjadi salah satu landasan pemikiran dalam sebuah penelitian yang memiliki korelasi dibidang yang sama.

Daftar Pustaka

- Irawan, Enjang Pera. 2015. "Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan" 3: 15–26. <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/538>.
- Jannah, Huril I'in. 2012. "Hubungan Kegiatan Employee Relations Dengan Motivasi Kerja Karyawan." <http://eprints.untirta.ac.id/195/>.
- Nathania. 2014. "Hubungan Aliran Komunikasi Organisasi Dengan Kinerja Karyawan Di PT . Sarana Lubitama Semesta." *Jurnal E-Komunikasi* 2: 1–10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3814>.
- Rijali, Ahmad. 2019. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17 (33): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rindu, Rahmadini. 2017. "Aktivitas Employee Relations Dalam Membina Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Pertamina (Persero) Ru Ii Sungai Pakning Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (69): 5–24.

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.iainu-kebumen.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	www.neliti.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
7	adoc.pub Internet Source	1%
8	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
9	www.slideshare.net Internet Source	1%

10	ikadbudi.uny.ac.id Internet Source	1 %
11	marabsurya.blogspot.com Internet Source	1 %
12	e-journal.hamzanwadi.ac.id Internet Source	1 %
13	e-jurnalmitrapendidikan.com Internet Source	1 %
14	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
15	research.kalbis.ac.id Internet Source	1 %
16	conference.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
18	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
19	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
20	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
21	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On