

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

EMPLOYEE RELATIONS PT SUMATERA KEMASINDO PEKANBARU
(Studi Pada Karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

NOVES JUMARA

**NPM : 139110051
KONSENTRASI : HUMAS
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2018**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Noves Jumara
NPM : 139110051
Program studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Jenjang pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Judul Skripsi : *Employee Relations* PT SUMATERA KEMASINDO

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing materi dalam naskah skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, November 2018

Pembimbing II

Tessa Shasrini, B.Comm., M.Hrd

Pembimbing I

Cutra Aslinda, M.I.Kom

Turut Menyetujui
Ketua Program Studi

Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Noves Jumara
NPM : 139110051
Program studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Jenjang pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Hari/Tanggal Seminar : Rabu, 12 Desember 2018
Judul Penelitian : *Employee Relations* PT SUMATERA KEMASINDO

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 12 Desember 2018

Tim Seminar

Ketua

Sekretaris

Cutra Aslinda, M.I.Kom

Dyah Pithaloka, M.Si

Anggota

Eko Hero, M.Soc.Sc

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Cutra Aslinda, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor: 1292/UIR-Fikom/Kpts/2018 Tanggal 08 Desember maka di hadapan Tim Penguji pada hari ini, Rabu, Tanggal 12 Desember 2018 Jam: 13.00 – 14.00 WIB bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan Ujian Skripsi mahasiswa atas:

Nama : Noves Jumara
NPM : 139110051
Program studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Jenjang pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Hari/Tanggal Seminar : Rabu, 12 Desember 2018
Judul Skripsi : *Employee Relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru (Studi pada Karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru)
Nilai Ujian : Angka "72,33"; Huruf: "B"
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Cutra Aslinda, M.I.Kom	Ketua	1.
2.	Dyah Pithaloka, M.Si	Sekretaris	2.
3.	Eko Hero, M.Soc.Sc	Anggota	3.

Pekanbaru, 12 Desember 2018
Dekan

Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M.Si
NIP: 196506181994031004

EMPLOYEE RELATIONS PT. SUMATERA KEMASINDO PEKANBARU
(Studi pada Karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru)

Vang ditjukan oleh:
NOVES JUNIATA
139110051

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Pada Tanggal :

12 Desember 2018

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M.Si

Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketun

Cutra Aslinda, M.I.Kom

1.

Sekretaris

Dyah Pithaloka, M.Si

2.

Anggota

Eko Hero, M.Soc.Sc

3.

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Noves Jumara
Tempat/Tanggal Lahir : Jambi, 6 Januari 1996
Npm : 139110051
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No HP : Jln. Lintas timur
682284017904
Judul Skripsi : *Employee Relations PT SUMATERA KEMASINDO*

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Karya tulisan saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah didaftarkan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan lain, kecuali pengaruh tim komisi pembimbingan.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari pada yang saya nyatakan di atas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, November 2018
Yang Menyatakan



Noves Jumara

PERSEMBAHAN

Alhamdullilah...Alhamdullilah...Alhamdullilahirobbil'alamin

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, silih bergantinya malam dan siang, bahtera yang berlayar dilaut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu Dia hidupakan bumi sesudah mati (kering)nya dan Dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi; sesungguhnya (terdapat) tanda-tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan”

(Q.S. Al Baqarah : 164)

“Apakah kamu tidak memperhatikan orang-orang yang keluar dari kampung halaman mereka, sedang mereka beribu-ribu (jumlahnya) karena takut mati, maka Allah berfirman kepada mereka : “Matilah kamu”, kemudian Allah menghidupkan mereka. Sesungguhnya Allah mempunyai karunia terhadap manusia tetapi kebanyakan manusia tidak bersyukur. – Dan berperanglah kamu sekalian di jalan Allah, dan ketahuilah sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”

(Q.S. Al Baqarah : 243 - 244)

Kupersembahkan Skripsi ini kepada orang yang teramat kusayangi:

Ayahanda dan Ibundaku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku

*Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua,
Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan.
Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku,
kurendahkan hati serta diri menjabat tangan
meminta beribu-ribu kata maaf tercurah.
Skripsi ini kupersembahkan.*

MOTTO

"Bersungguh sungguh dalam menjalani ketaatan pada Alah".

berdasarkan, Qs. Al-Ankabut: 6 Allah berfirman,

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ

Artinya, "*Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri*"

Sungguh maha lembut Allah. Dia tidak akan menguji dan memberatkan hambaNya dengan sesuatu apapun di luar kemampuannya.

Hal ini telah dijelaskan dalam surat Al Baqarah ayat 286,

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya."

"Jalan hidup seorang Mahasiswa adalah warisan dan estimasi dari sang Dosen - BTS"

KATA PENGANTAR

Bismillahirromahmanirrohim,

Puji syukur, Alhamdulillahirobbilalamin penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“EMPLOYEE RELATIONS PT SUMATERA KEMASINDO”**

Skripsi ini ditulis dengan tujuan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi penyusunan skripsi agar memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak hal, pengetahuan, wawasan, kesulitan dan kendala. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak baik itu dari segi materil maupun moril, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Bapak Muhd. AR. Imam Riauan.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Ibuk Cutra Aslinda, M.I.Kom selaku Pembimbing I yang telah mencurahkan waktu untuk ilmunya dalam mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibuk Tessa Shasrini, B.Comm, M.Hrd selaku Pembimbing II yang juga ikut andil dalam memberikan saran dan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibuk dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang mana namanya tidak bisa disebutkan satu persatu dalam memberikan ilmunya terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran staf dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pelayanan administrasi yang baik
7. Ibuk Susi Ayuni selaku HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang mau meluangkan waktu untuk penulis dalam kolektif data penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Dan teman-teman seperjuangan angkatan 2013 konsentrasi Humas yang banyak memberikan motivasi dan semangat kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
9. Buat kedua orang tua yang selama ini memberikan nasihat dan dorongan motivasi kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu saran dari para pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini. Wasalam.

Pekanbaru, November 2018
Penulis,

Noves Jumara

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Lembaran Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan.....	i
Halaman Motto.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar dan Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix
<i>Abstract</i>	x
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Penelitian	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
A.....	K
ajian Literatur.....	10
1. Komunikasi	10
2. Komponen Komunikasi.....	11
3. Fungsi Komunikasi	16
4. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	16
5. <i>Internal Public</i>	23
6. Hubungan Karyawan (<i>Employee Relations</i>)	27
7. Tujuan <i>Employee Relations</i>	30
8. Perusahaan.....	31
B.....	D
efinisi Operasional	33
C.....	P
enelitian Terdahulu	34
BAB III: METODE PENELITIAN	
A.....	P
endekatan Penelitian	38

B.....	S	
subjek dan Objek Penelitian		38
1.....	S	
subjek Penelitian		38
2.....	O	
bjek Penelitian		40
C.....	L	
okasi dan Waktu Penelitian.....		40
1.....	L	
okasi Penelitian		40
2.....	W	
aktu Penelitian		41
D.....	S	
umber Data.....		41
1.....	D	
ata Primer		41
2.....	D	
ata Sekunder		42
E.....	T	
eknik Pengumpulan Data		42
1.....	O	
bservasi.....		42
2.....	W	
awancara.....		43
3.....	D	
okumentasi		43
F.....	T	
eknik Pengujian Keabsahan Data.....		44
G.....	T	
eknik Analisa Data.....		44

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

A.....	G	
ambaran Umum PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru		46
1. Visi dan Misi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....		46
a. Visi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru		46
b. Misi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....		47
2. Struktur Organisasi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru		48
B. Hasil Penelitian.....		49
1. Kegiatan <i>Employee Relations</i> PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru		49
a. Kegiatan Eksternal <i>Employee Relations</i> PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....		50
a.1 Pelatihan Program Training.....		50
a.2 Turnamen Futsal		53
a.3 <i>Family Gathering</i>		56

a.4 Buka Puasa Bersama	58
b. Kegiatan Internal <i>Employee Relations</i> PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....	59
b.1 <i>Regular Meeting</i>	59
b.2 BPJS Kesehatan	63
b.3 Menyamaratakan Hak dan Kewajiban.....	64
2. Kebijakan-kebijakan yang diberikan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru Melalui Kegiatan <i>Employee Relations</i>	65
a. Memberikan Fasilitas Kepada Karyawan	66
b. Menyamaratakan Hak dan Kewajiban Semua Karyawan ...	67
C. Pembahasan Penelitian	70
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 <i>Informant</i> Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Waktu Penelitian.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....	48
Gambar 2. Program Pelatihan yang diikuti oleh Karyawan.....	52
Gambar 3. Turnamen Futsal PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.....	54
Gambar 4. <i>Family Gathering</i> PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru	57
Gambar 5. Acara Buka Bersama PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru	59
Gambar 6. Manajer Pemasaran dan Karyawan Berkumpul Bersama.....	61
Gambar 7. Contoh Kartu BPJS PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru	64

Lampiran

- Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 : Visi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru
- Lampiran 3 : Misi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru



Abstrak

***Employee Relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru (Studi Pada Karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru)**

Noves Jumara
NIM: 139110051

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *employee relations* apa saja yang terdapat pada PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dan untuk mengetahui kebijakan apa saja yang diberikan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru terhadap karyawannya mengenai kegiatan *employee relations* tersebut. Adapun tujuan diadakannya *employee relations* yaitu untuk mendapatkan saling pengertian antar pegawai ataupun antara pimpinan dengan semua pegawai dalam sebuah organisasi. Kemudian tujuan lainnya yaitu untuk menciptakan kerjasama yang serasi antara pegawai, dan menanamkan rasa loyalitas kepada pegawai serta dapat menciptakan adanya semangat kerja yang tinggi. Penelitian ini diadakan di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang berlokasi di jalan Lintas Timur KM. 16 dengan melibatkan 5 orang sebagai *informant* penelitian dan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kegiatan *employee relations* yang ada di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru antara lain pelatihan program training, pertemuan atau tatap muka dengan atasan, kompetisi antar karyawan, dan *gathering*. Kemudian kebijakan-kebijakan yang diberikan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yaitu menyamaratakan semua karyawan baik secara umur maupun golongan dan hal ini membuat seluruh karyawan merasa nyaman dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan dan berdampak dengan produktivitas yang membaik.

Kata Kunci: *Employee Relations*, Humas, Perusahaan

Abstract

Employee Relations in PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru (A Study on PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru's Employee)

Noves Jumara
NIM: 139110051

This study aims to determine what employee relations activities contained in PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru and to find out what policies provided by HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru against its employees regarding the employee relations activities. The purpose of holding employee relations is to get mutual understanding between employees or between leaders and all employees in an organization. Then another goal is to create harmonious cooperation between employees, and instill a sense of loyalty to employees and can create high morale. This research was held at PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru which is located on Jalan Lintas Timur KM. 16 by involving 5 people as research informants and using observation, interviews and documentation as a data collection. The results of this study indicate that the type of employee relations activities at PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru includes training programs, meetings with manager, competition in employees, and gatherings. Then the policies provided by HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, which generalizes all employees both age and class and this makes all employees feel comfortable and have high loyalty to the company and have an impact on improved productivity.

Keywords: *Employee Relations, public relations, corporate*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Ungkapan yang kerap muncul, karyawan didalam perusahaan merupakan aset yang sangat penting dan dalam dunia *public relations* dikenal dengan hubungan masyarakat internal (*employee relations*) yaitu publik yang terdiri dari pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha perusahaan itu sendiri. *Employee relations* atau disebut *public internal* atau juga hubungan masyarakat internal adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya (Ruslan, 2006:279).

Dalam kaitan dengan kegiatan kehumasan, yang paling penting adalah bagaimana merancang sistem komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara internal, sehingga bisa dipahami atau dikenal oleh para karyawan. Sistem komunikasi yang dimaksudkan disini tentu bersifat internal. Para pakar Humas seperti Jefkins melihat, komunikasi internal itu bisa dilakukan dalam beberapa bentuk: komunikasi ke bawah yaitu komunikasi dari pihak pimpinan kepada karyawan. Kedua, komunikasi ke atas, yaitu komunikasi berlangsung dari karyawan kepada atasannya dan ketiga komunikasi sejajar, yaitu komunikasi yang berlangsung antara sesama pegawai. Ini proses komunikasi yang bersifat formal karena mengikuti struktur organisasi. Di luar proses komunikasi formal, para

anggota organisasi melakukan proses komunikasi yang bersifat informal (Moore, 2005:213).

Kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi perusahaan dapat dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk macam aktivitas dan program. Program-program *employee relations* yang dapat dilaksanakan berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dengan karyawannya antara lain sebagai berikut (Lesley, 2007:96-100), yaitu:

a. *Employee communications*

Dalam hal ini pihak manajemen perusahaan tidak hanya menginformasikan berbagai kebijakan dan perkembangan perusahaan kepada karyawan, tetapi juga mau mendengarkan pandangan dan tanggapan dari karyawan untuk menciptakan strategi *employee communications* yang efektif. langkah yang harus dilakukan praktisi PR antara lain:

1. Melakukan kesadaran dan pemahaman tujuan perusahaan
2. Memenuhi kebutuhan informasi karyawan
3. Menerjemahkan kebijakan-kebijakan pihak manajemen dan kepegawaian
4. Menyediakan sarana dan mendorong komunikasi dua arah
5. Mendorong perilaku yang diharapkan dan karyawan dan peningkatan produktivitas
6. Menjadikan karyawan sebagai wakil perusahaan terhadap public eksternal perusahaan.

Kegiatan *employee relations* sebagai fungsi manajemen, tentu Humas harus mampu memproses komunikasi organisasi. Dalam kaitan ini, Humas harus merancang sistem komunikasi yang bisa digunakan, berikut media komunikasi apa yang bisa menyentuh seluruh lapisan manajemen. Dalam beberapa organisasi/perusahaan, Humas menyelenggarakan penerbitan berkala dalam wujud *inhouse journal* yang memuat informasi mengenai kegiatan-kegiatan manajemen. Belakangan ini, banyak pula organisasi yang menggunakan media online. Penerbitan *inhouse magazine* seperti itu sangat relevan untuk mendistribusikan pesan-pesan manajemen. Namun demikian, hal yang penting adalah konsistensi penerbitannya. Sebuah media komunikasi yang diterbitkan secara konsisten tentu akan mendukung citra positif organisasi. (Moore, 2005:119-120)

Selain merancang media komunikasi hal yang tidak kalah penting adalah merancang sistem komunikasi yang melibatkan partisipasi semua pihak dalam manajemen. Pihak Humas harus mampu menawarkan pilihan-pilihan forum komunikasi yang memungkinkan seluruh anggota manajemen terlibat dan berpartisipasi. Sebagai contoh: memanfaatkan hari ulang tahun perusahaan, hari-hari besar keagamaan merupakan kesempatan yang tepat untuk seluruh manajemen berkumpul dan berkomunikasi. Humas harus mampu menggali dan merencanakan forum dan media komunikasi untuk seluruh anggota perusahaan berkumpul dan menyampaikan gagasannya.

Employee relations dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan hubungan komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan

para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis diantara keduanya sehingga apabila suatu hubungan komunikasi sudah dapat berjalan dengan baik maka diharapkan akan ada peningkatan kerja dalam perusahaan. Dengan kata lain, *employee relations* bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama serta loyalitas diantara pihak manajemen dengan para karyawannya (Ruslan, 2006:74).

Maka setiap organisasi harus dapat melakukan kegiatan *employee relations* yang dapat menciptakan kepuasan komunikasi yang kemudian akan menjadikan kepuasan bekerja pada diri karyawan, maka kegiatan yang dapat mempertemukan antara karyawan dengan atasannya adalah salah satu bentuk aktivitas *employee relations* yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Salah satu bentuk *employee relations* adalah pertemuan rutin antara karyawan dengan atasannya seperti *regular meeting*. *Regular meeting* merupakan bentuk dari *employee relations* yang dilakukan perusahaan untuk membentuk iklim komunikasi yang positif dengan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan atau pihak manajemen dengan para karyawannya.

Dalam penelitian ini peneliti memilih PT. Sumatera Kemasindo sebagai objek penelitian. Alasan peneliti dalam memilih PT. Sumatera Kemasindo sebagai objek penelitian adalah, karena PT. Sumatera Kemasindo salah satu perusahaan/PT yang memiliki hampir 500 karyawan yang secara rutin melakukan aktivitas *employee relations* dalam bentuk

regular meeting. Kegiatan *regular meeting* tersebut berlangsung secara rutin, setidaknya satu kali dalam satu minggu. Karyawan PT. Sumatera Kemasindo juga melakukan aktivitas rutin dengan warga sekitar untuk mengadakan kegiatan seperti turnamen, ikut serta dalam qurban, kegiatan buka bersama dan perayaan hari besar lainnya.

Oleh karena itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian ini. Menurut pendapat dari beberapa karyawan mengenai kegiatan *regular meeting* yang selama ini dilakukan, mereka mengatakan bahwa *regular meeting* yang rutin dilakukan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dalam lingkungan pekerjaan mereka. Mereka menilai bahwa *regular meeting* merupakan media yang baik untuk menjalin hubungan baik antara sesama karyawan, atau atasan dengan bawahannya. Melalui *regular meeting* karyawan juga mendapatkan informasi-informasi penting mengenai pekerjaan ataupun mengenai kebijakan-kebijakan baru dari perusahaan. Disamping itu ada juga karyawan yang menyatakan, bahwa *regular meeting* yang dilakukan tidak terlalu memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan dalam lingkungan pekerjaan mereka. Karena mereka menilai bahwa semua pesan-pesan yang disampaikan dalam *regular meeting* dapat disampaikan melalui media penyampaian pesan lainnya seperti papan pengumuman, dan untuk berinteraksi antar sesama karyawan atau antara atasan dengan bawahan, dapat dilakukan setiap saat tanpa melalui kegiatan *regular meeting*.

Tidak terlepas dari reputasi baik yang dimiliki oleh PT. Sumatera Kemasindo sebagai suatu organisasi profit atas kualitas produk yang telah disebutkan di atas, sehingga penulis merasa perlu melakukan penelitian ini, dan memberikan jawaban atas fenomena tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana kegiatan *employee relations* pada PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.

Kendala yang banyak dihadapi oleh perusahaan adalah kesulitan dalam mewujudkan *employee relations* dalam suatu perusahaan. Hal ini disebabkan sifat individu manusia. Mereka hanya memikirkan dan mendahulukan kepentingan pribadi di atas kepentingan orang banyak. Banyak hal yang menjadi penghambat terwujudnya *employee relations* dalam suatu perusahaan, diantaranya adalah kurangnya komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan maupun karyawan dan karyawan. Hal itulah yang membuat hubungan antara internal organisasi atau perusahaan tidak dapat harmonis. Padahal pada kenyataannya hubungan yang harmonis dalam suatu perusahaan sangat diperlukan agar dapat memotivasi para karyawan dalam bekerja.

Berdasarkan pra-observasi dan pra-wawancara yang dilakukan peneliti terkait kegiatan *employee relations* di PT. Sumatera Kemasindo yaitu ada beberapa jenis kegiatan salah satunya yaitu mengadakan acara 17 Agustus yang diadakan perusahaan dimana pesertanya adalah seluruh karyawan dan keluarganya. Adapun alasan perusahaan tersebut mengadakan acara lomba tersebut agar terjalinnya hubungan yang harmonis antara karyawan dan

keluarga yang ikut serta memeriahkan lomba tersebut, kemudian hal ini adalah upaya dari perusahaan untuk memelihara hubungan yang harmonis didalam perusahaan tersebut.

Adapun yang menjadi kendala dalam kegiatan tersebut yaitu kurangnya antusias para karyawan untuk ikut serta dalam perlombaan karena banyak karyawan yang memilih ikut perlombaan diluar perusahaan seperti didaerah atau kampong halamannya, berdasarkan data yang didapat melalui pra-wawancara terhadap HRD perusahaan PT. Sumatera Kemasindo menyebutkan bahwa terdapat 60% karyawan yang mengikuti kegiatan *employee relations* dan selebihnya memilih untuk tidak ikut serta atau kurang antusias.

Terkait hal tersebut, humas PT. Sumatera Kemasindo memiliki peranan yang sangat penting untuk membina hubungan dengan pegawai dalam rangka meningkatkan motivasi kerja pegawai. Untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai diperlukan adanya komunikasi antara manajemen dengan karyawan maupun antar sesama karyawan. Kurangnya komunikasi antara pegawai dapat menimbulkan ketidak harmonisan di lingkungan kerja.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang hal tersebut yang dirangkum ke dalam judul **“Employee Relations PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru (Studi pada Karyawan PT. Sumatera Kemasindo)”**.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas maka timbul permasalahan yang menjadi perhatian peneliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana langkah yang dilakukan humas PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dalam merancang semaksimal mungkin kegiatan *employee relations* agar bisa terus berjalan dengan lancar.

1. Adanya kendala dalam proses kegiatan *employee relations* di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru
2. Ada beberapa hal yang membuat komunikasi tidak terjalin dengan lancar antar karyawan di PT Sumatera Kemasindo.

C. Fokus Penelitian

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang jelas diperlukan adanya batasan masalah. Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar masalah tidak keluar dari konteks penelitian ini adalah: “HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru merancang semaksimal mungkin kegiatan *employee relations* bisa terus berjalan dengan lancar”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas maka timbul permasalahan yang menjadi perhatian peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kegiatan *employee relations* pada PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru?
2. Bagaimana kebijakan yang diberikan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru melalui kegiatan *employee relations* tersebut?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kegiatan *employee relations* pada PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui kebijakan HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru melalui kegiatan *employee relations*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis: untuk memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran dan bahan pertimbangan serta memperkaya ilmu pengetahuan mengenai cara memotivasi pegawai/karyawan melalui kegiatan *employee relations* dan teori-teori dalam bidang kehumasan.
- b. Manfaat praktis: diharapkan menjadi masukan bagi humas PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dalam menjalankan kegiatan *employee relations* dimasa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia sejak lahir dan selama proses kehidupannya. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam beberapa konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantar dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi dalam konteks publik secara lokal, regional dan global atau melalui media massa.

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *Communication* berasal dari kata latin yaitu *Communicatio* dan bersumber dari kata *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Membuat kebersamaan diartikan sebagai suatu proses komunikator bertemu dengan komunikan dimana mereka membangun kebersamaan melalui proses komunikasi.

Pada dasarnya komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran informasi, baik informasi tersebut berupa gagasan, emosi, perasaan, keterampilan, maupun kata – kata, karena unsur pesan merupakan unsur penghubung antara komunikator dan komunikan untuk selanjutnya terjadi proses yang dinamakan komunikasi tersebut.

komunikasi juga dapat dimaknai sebagai suatu transaksi informasi dimana tidak hanya berkaitan dengan kegiatan fisik. Komunikasi juga

merupakan suatu tindakan yang bersifat psikologis, yakni berkaitan dengan impresi dari orang yang terlibat dalam komunikasi. Impresi dibentuk dalam pikiran orang-orang yang sedang terlibat dalam komunikasi.

2. Komponen Komunikasi

Komponen dalam komunikasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Komunikator, sumber informasi (*source*) ialah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan tersebut diproses melalui pertimbangan dan perencanaan dalam pikiran. Proses mempertimbangkan dan merencanakan tersebut berlanjut kepada proses penciptaan pesan. Dengan demikian seorang komunikator menciptakan pesan, untuk selanjutnya mengirimkannya dengan saluran tertentu kepada orang atau pihak lain.
2. Pesan (*message*) atau informasi, ada pula yang menyebut sebagai gagasan, ide, simbol, stimuli pada hakikatnya merupakan sebuah komponen yang menjadi isi komunikasi. Pesan ini dapat berupa pesan verbal maupun non-verbal.
3. Saluran, media (*channel*) ialah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Ada berbagai macam media, meliputi media cetak, audio, audio-visual.

4. Komunikan, penerima informasi (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan. Sebenarnya komunikan tidak sekedar menerima pesan, melainkan juga menganalisis dan menafsirkannya sehingga dapat memaami makna pesan tersebut.
5. Umpan balik (*feedback*) merupakan respon atau tanggapan seorang komunikan setelah mendapatkan terpaan pesan. Dapat pula dikatakan sebagai reaksi yang timbul.
6. Gangguan (*noise/barrier*) komunikasi seringkali terjadi, baik gangguan yang bersifat teknis maupun semantik. Adanya gangguan komunikasi ini dapat menyebabkan penurunan efektivitas proses komunikasi.

Dalam proses komunikasi tidak selalu keenam komponen komunikasi itu muncul sekaligus. Ada prasyarat minimal agar komunikasi dapat terlaksana, yakni sekurang-kurangnya mesti melibatkan tiga komponen, yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Artinya kalau ketiga komponen itu sudah ada, maka komunikasi dapat terlaksana. Karena sudah ada komunikator yang mengirim pesan kepada komunikan (Suranto, 2010:5-8).

Pesan tersebut disampaikan dengan menggunakan media, misalnya media radio atau telepon. Pesan tersebut diterima *transmitter* (alat penerima) dan diubah menjadi signal yang dikirim kepada komunikan melalui alat penerima. Dalam model ini ada komponen gangguan (*noise*) yang dapat mempengaruhi kemudahan komunikan dalam menerima

informasi (Suranto, 2010:5-8). Konteks –konteks yang terjadi dalam proses komunikasi ada enam indikator yang paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi yaitu:

1. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator atau komunikan. Contohnya berfikir. Sebelum kita berkomunikasi dengan orang lain, kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, mempersepsikan dan menyelesaikan berbagai persoalan oleh dirinya sendiri. Sedangkan West & Turner menerangkan penelitian yang lazim dilakukan dalam komunikasi intrapribadi ini terfokus pada kognisi (pemahaman), *symbol*, dan niat yang dimiliki seseorang (Mulyana, 2004:72-73).

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2004:73-74).

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang berlangsung diantara anggota suatu kelompok yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Mulyana, 2004:74).

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik ialah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar khalayak yang tidak bisa dikenali satu per satu, misalnya: dalam pidato, ceramah, seminar, dan sebagainya (Mulyana, 2004:74-75).

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi secara sederhana, yaitu komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi. Komunikasi organisasi merupakan komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi, dengan batasan arus pesannya dalam satu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (Mulyana, 2004:75).

6. Komunikasi Massa

Konsep komunikasi massa pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada satu sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan dan

dikonsumsi oleh *audience*. atau komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik (Mulyana, 2004:75)

Menurut Gerald R. Miller dalam Mulyana (2007:69) komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka, (menurut Everett M. Rogers dalam Mulyana, 2007:69). Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang didasari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Komponen komunikasi adalah saling mendengarkan. Mendengarkan sangat penting, karena dengan mendengarkan setiap pihak yang terlibat dalam suatu peristiwa komunikasi dapat saling memahami dan memberi umpan balik atau respon dengan cara yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan.

Selain proses, komunikasi juga dapat dimaknai sebagai suatu transaksi informasi dimana tidak hanya berkaitan dengan kegiatan fisik. Komunikasi juga merupakan suatu tindakan yang bersifat psikologis, yakni berkaitan dengan impresi dari orang yang terlibat dalam komunikasi. Impresi dibentuk dalam pikiran orang-orang yang sedang terlibat dalam komunikasi.

3. Fungsi Komunikasi

Verderber (dalam Mulyana,2001:4) mengemukakan bahwa komunikasi itu mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial yakni untuk tujuan kesenangan,untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

Menurut Pearson dan Nelson (dalam Mulyana, 2007:4) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum, yaitu kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi kelemahan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kemudian fungsinya untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Menurut *the International Public Relations Association* dalam Effendy (2011:134) *public relations* atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya atau yang mungkin ada sangkut pautnya – dengan menilai pendapat umum di antara

mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi yang berencana dan tersebar luar.

Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center & Broom, 2009: 1).

Menurut Cutlip dan Center dalam Siswanto (1992: 25), tahap-tahap atau proses *public relations* adalah:

- a. *Fact Finding* (Pengumpulan data)
- b. *Planning* (Perencanaan)
- c. *Communicating* (Komunikasi)
- d. *Evaluating* (Evaluasi)

Public relations merupakan suatu bidang memerlukan segi perencanaan yang matang (*planned*), sama dengan bidang periklanan yang melakukan “ komunikasi “ yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (*persuasive*). Penyandang profesi *public relations officer* (pejabat humas) dalam menjalankan tugas dan fungsinya harus selalu berusaha memenuhi keinginan perusahaan atau lembaga yang diwakilinya, apa dan bagaimana aktivitas dan kegiatan organisasi tersebut harus diinformasikan, temanya apa, untuk berapa lama, sejauh mana

dukungan dana, manajemen dan fasilitas serta dapatkah memenuhi atau mencapai target (Ruslan, 1997:6)

Elton Mayo dibantu Fritz Roethlisberger melakukan studi yang dikenal dengan studi *Howthorne (the Howthorne Studies)*, atau sering disebut *Efek Howthorne (The Howthorne Effect)* yang menyatakan dua kesimpulan dari hasil penelitian tersebut, yaitu: 1). Perhatian terhadap orang-orang boleh jadi mengubah sikap dan perilaku mereka. 2). Moral dan produktivitas dapat meningkat apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya (dalam Pace & Faules, 2006: 60). Semula peneliti menganggap bahwa semakin baik penerangan, semakin tinggi hasil pekerjaan. Maka mereka memutuskan untuk mengadakan suatu ruangan eksperimen dengan berbagai kondisi penerangan dan suatu ruangan control dengan kondisi cahaya yang konstan.

Dua kelompok pekerja dipilih untuk melakukan pekerjaan mereka di dua tempat yang berbeda. Melalui suatu periode waktu penerangan di ruangan eksperimen ditambah hingga intensitas yang menyilaukan dan kemudian dikurangi hingga tingkat di mana cahaya tidak ada. Hasilnya adalah ketika banyaknya penerangan bertambah, bertambah juga efisiensi pekerja di ruangan eksperimen; tetapi, efisiensi pekerja di ruangan control juga bertambah. Ketika cahaya berkurang di ruangan tes, efisiensi kelompok tes juga kelompok kontrol bertambah dengan perlahan tetapi mantap. Ketika penerangan setaraf dengan penerangan tiga lilin di ruangan

tes, para operator memprotes, mengatakan bahwa mereka hamper tidak dapat melihat apa yang sedang mereka lakukan; pada saat itu angka produksi berkurang. Hingga saat itu para pekerja dapat mempertahankan efisiensi meskipun terdapat hambatan.

Hasil eksperimen penerangan cahaya membangkitkan minat para peneliti, juga minat terhadap manajemen. Maka dari tahun 1927 hingga 1929, sebuah tim peneliti terkemuka mengukur pengaruh dari berbagai kondisi kerja terhadap produktivitas pegawai. Hasilnya juga sesuai dengan eksperimen penerangan lampu terlepas dari kondisi-kondisi kerja , produksi bertambah. Dalam kaitannya dengan fenomena yang terjadi, teori hubungan manusia menjelaskan bahwa perhatian terhadap orang-orang boleh saja akan mengubah sikap dan perilaku mereka serta produktivitas dapat meningkat apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya.

Untuk itu, dengan adanya kegiatan *employee relations* yang dilakukan diharapkan hubungan karyawan dengan karyawan lainnya serta hubungan bawahan dengan atasan dapat berjalan dengan baik sehingga para karyawan dapat dengan bebas mengembangkan potensinya . Dengan begitu maka dapat meningkatkan pula kepuasan kerja dan mengarahkan aktualiasi diri karyawan sehingga mempertinggi motivasi bekerja yang akan berpengaruh pada meningkatnya produksi organisasi.

Pada dasarnya, ada dua struktur organisasi *Public Relations*, yakni *Internal Public Relations* yang salah satu bagian perusahaan serta biro

konsultan yang berdiri sebagai perusahaan jasa yang secara eksklusif di bidang kehumasan. Besar kecilnya departemen *Internal Public Relations* dari suatu perusahaan bergantung pada tiga hal utama yaitu:

1. Ukuran atau skala perusahaan itu sendiri.
2. Nilai atau arti penting fungsi-fungsi humas di mata pihak manajemen atau pimpinan perusahaan yang bersangkutan.
3. Karakteristik khas kehumasan yang memang berbeda-beda bagi masing-masing perusahaan (Anggoro, 2001:211-212).

Tingkat efektivitas *Internal Public Relations* juga dapat dipengaruhi tiga hal pokok yaitu:

1. Keterbukaan pihak manajemen.
2. Kesadaran dan pengakuan pihak manajemen akan nilai dan arti penting komunikasi dengan para karyawan.
3. Keberadaan seorang manajer komunikasi yang tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber-sumber daya teknis yang modern.

Internal Relations menempatkan karyawan atau anggota perusahaan sebagai komponen yang penting dalam kerja humas. Karyawan yang mempunyai semangat kerja yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari *Internal Public Relations*. Hubungan pimpinan dan bawahan akan berjalan dengan baik bila kedua belah pihak saling membutuhkan satu sama lainnya. Untuk menciptakan suasana yang harmonis seorang pimpinan harus berkomunikasi dengan bawahan baik secara vertical

maupu horizontal. Dalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dalam perusahaan itu terutama bagi keuntungan perusahaan itu sendiri, komunikasi yang bersifat *two way communications* penting sekali dan mutlak harus ada yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan yang merupakan *feed back* yang berdasarkan pada *good human relations* (Abdurahman, 1995:34).

Hubungan masyarakat internal (*internal public relations*) dalam sebuah perusahaan terdiri dari beberapa tingkatan yaitu: a) Hubungan dengan pekerja atau karyawan (*employee relations*) pada umumnya, beserta keluarga karyawan khususnya. b) Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manajer perusahaan (*management relations*) baik di level korporat atau level sebagai pelaksana. c) Hubungan dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham (*stakeholder relations*) (Ruslan,2002:254).

Hal yang teramat penting bagi seorang *public relations officer* adalah harus mahir dalam berkomunikasi agar tujuan bisa dicapai secara efisien dan efektif komunikasinya dengan sasaran khalayak, dapat menjamin opini publik dengan baik. Peran pokok atau tanggung jawab *public relations* adalah bagaimana menciptakan kepercayaan, *goodwill*, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan atau informasi, serta publikasi yang positif kepada khalayak yang didukung dengan kita-kiat dan taktik serta terknik dalam berkampanye untuk memperoleh citra. Disamping itu

public relations harus proaktif, dinamis, kreatif dan antisipatif untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi dengan tepat, baik dibidang komunikasi, informasi, politik, ekonomi, sosial baik di dalam maupun diluar negeri. Oleh karena perusahaan, lembaga atau organisasi tidak akan lepas dari pengaruh dan persaingan serta kemungkinan adanya persoalan dan perubahan yang cepat yang ditunjang dengan teknologi serba canggih dalam era globalisasi (Ruslan, 1997:57).

Tujuan *public relations* dirinci Lesly seperti berikut (dalam buku Ardianto Soemirat, 2010:17):

- a. Prestise atau “citra yang *Favourable*” dan segenap faedahnya
- b. Promosi produk dan jasa
- c. Mendeteksi dan menangani isu dan peluang
- d. Menetapkan postur organisasi ketika berhadapan dengan publiknya
- e. *Good will* karyawan atau anggota organisasi
- f. Mencegah dan memberi solusi masalah perburuhan
- g. Mengayomi *good will* komunitas tempat organisasi menjadi bagian di dalamnya
- h. *Good will* para stockholder dan konstituen
- i. Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka
- j. Mencegah serangan
- k. *Good will* para pemasok

- l. *Good will* pemerintah
- m. *Good will* bagian lain dari industri
- n. *Good will* para dealer dan menarik dealer lain
- o. Kemampuan untuk mendapatkan personel terbaik
- p. Pendidikan publik untuk menggunakan produk atau jasa
- q. Pendidikan publik untuk satu titik pandang
- r. Mengarahkan perubahan

5. Internal Public

Menurut Ruslan (2010:23) yang dimaksud dengan publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri”. Widjaja (2010:71-74) menjelaskan tujuan dari pada hubungan masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Sebagai garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut, *Internal public* meliputi:

1. *Employee Relations*

Memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan karyawan dalam kepegawaian secara formal. Misalnya mengenai penempatan, pemindahan, kenaikan pangkat, pemberhentian, pensiun dan sebagainya.

2. *Human Relations*

Memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam perusahaan secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). Pergaulan antara manusia, bukan sebagai hubungan manusia secara formal.

Employee relations (hubungan dengan kepegawaian) atau disebut *Publik Internal* atau juga hubungan masyarakat *internal* adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya. (Ruslan, 2002:279) Efektifitas hubungan *internal* tersebut akan memerlukan suatu kombinasi antara lain: 1. Sistem manajemen yang sifatnya terbuka (Open Management). 2. Kesadaran pihak manajemen terhadap nilai dan pentingnya memelihara komunikasi timbal balik dengan para karyawannya. 3. Kemampuan manajer humas yang memiliki keterampilan manajerial serta berpengalaman atau mendapatkan dukungan kualitas sumber manusianya, pengetahuan, media dan teknis komunikasi yang dipergunakan (Ruslan,2006:271-272).

Manajemen humas dalam mengelola *employee relations* merupakan salah satu sarana manajemen yang bersifat teknis dan praktis, yaitu berupaya melakukan hubungan komunikasi

yang efektif melalui suri tauladan yang dimulai dari atasan dan termasuk adanya komitmen bersama untuk melaksanakan budaya perusahaan baik di tingkat manajemen korporat maupun tingkat pelaksanaan. Selanjutnya, kegiatan *employee relations* dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat dilaksanakan dalam bentuk:

- Program Pendidikan dan Pelatihan Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan dan kualitas maupun kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.
- Program Motivasi Kerja Berprestasi Program ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.
- Program Penghargaan Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.
- Program Acara Khusus Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara

sesama karyawan dan pimpinan. e. Program Media Komunikasi Internal Membentuk program media komunikasi internal melalui bulletin, news release, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dengan pimpinan (Ruslan, 2002: 283-284).

Melalui kegiatan *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang tinggi dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Disamping itu akan mengurangi timbulnya dampak negatif terhadap manajemen suatu perusahaan seperti akan timbulnya rasa kejenuhan, kebosanan, bagi para pekerjanya yang nantinya akan berakibat pada rendahnya loyalitas dan produktivitas karyawan kepada perusahaan.

3. *Labour Relations*

Memelihara hubungan antara direksi/manajer dengan serikat-serikat buruh dalam perusahaan serta turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul. Mengadakan tindakan-tindakan preventif mencegah kesulitan-kesulitan yang timbul, karenanya

turut melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.

4. *Stockholder Relations, Industrial Relations*

Sesuai dengan sifat dan kebutuhan perusahaan yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham. Dengan uraian di atas, selain memiliki peran dalam menjalankan kegiatan *employee relations*, humas juga memiliki peran untuk menjaga hubungan dengan publik luar dan juga dengan publik dalam. Dalam hal ini yaitu kegiatan *employee relations* dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai.

6. Hubungan Karyawan (*Employee Relations*)

Employee relations yaitu kegiatan *public relations* untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya (Yulianita, 2005; 59).

Employee Relations merupakan salah satu bentuk dari kegiatan internal *public relations* yang menitik beratkan kepada hubungan antara pimpinan perusahaan dengan karyawan/publik karyawan, yang dalam hal ini mencakup kepada bentuk kegiatan (Djaja, 1985 : 26-27):

- a. Penempatan dan pemindahan karyawan
- b. Penerimaan pegawai baru
- c. Kenaikan pangkat dan kondite karyawan
- d. Pemutusan kerja
- e. Pensiun dan jaminan sosial

Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi dan komunikasi karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian hubungan masyarakatnya (PR). Nasihat serta kerjasama manajemen dan staf, pelaksana yang melaksanakan hubungan personalia, karyawan atau industri, harus diusahakan dalam menentukan tujuan, media dan pesan dari program komunikasi. Koordinasi yang erat antara seksi hubungan karyawan dengan seluruh staf serta bagian pelaksanaan organisasi adalah penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalahpahaman, desas-desus palsu dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri, yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat (Moore, 2004:347)

Maksud dan tujuan kegiatan komunikasi hubungan masyarakat internal yang dilaksanakan oleh *public relations* melalui program kerja *employee relations*, antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi/perusahaan.
- b. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawannya.

- c. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturandan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi/perusahaan.
- d. Sebagai media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (pimpinan) (Ruslan, 2002:258).

Kegiatan *employee relations* dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat dilaksanakan dalam bentuk:

- a. Progam pendidikan dan pelatihan

Progam pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.

- b. Progam motivasi kerja berprestasi

Progam ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

- c. Progam penghargaan

Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja

maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.

d. Program acara khusus

Merupakan program khusus yang sengaja dirancang diluar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.

e. Program media komunikasi internal

Membentuk program media komunikasi internal melalui *bulletin*, *news release*, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dengan pimpinan (Ruslan, 2002:283-284).

7. Tujuan *Employee Relations*

Menurut IG Wasanto (1987: 186) tujuan dari *employee relations* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan saling pengertian antar pegawai ataupun antara pimpinan dengan semua pegawai dalam sebuah organisasi.
- b. Mendapatkan data-data yang lengkap tentang sikap dan tingkah laku pegawai. Data ini diperlukan dalam rangka pembinaan,

pengorganisasian, kerjasama, koordinasi, dan evaluasi terhadap pegawai.

- c. Menciptakan kerjasama yang serasi antara pegawai.
- d. Menanamkan rasa damai kepada pegawai.
- e. Menanamkan rasa sukses kepada pegawai sehingga mereka merasa diberi kesempatan untuk maju dalam mengembangkan kariernya.
- f. Menanamkan loyalitas para pegawai.
- g. Menanamkan rasa tanggung jawab kepada para pegawai.
- h. Menciptakan adanya semangat kerja yang tinggi.

Kegiatan *employee relations* dalam perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk kegiatan dengan tujuan membentuk iklim komunikasi organisasi yang positif.

8. Perusahaan

Dalam pasal 1 huruf (b) Undang-undang No.3 tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (UWDPP), perusahaan adalah: “Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam suatu wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba”.

Berdasarkan ketentuan pasal tersebut diperoleh kenyataan bahwa dalam pengertian perusahaan tersimpul dua hal, yaitu:

- a. Badan usaha yang berupa organisasi atau Badan Usaha, dalam bahasa Inggris disebut *company*.
- b. Jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan secara terus-menerus oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan atau laba.

Menurut Molengraaff, **Pengertian Perusahaan** adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, untuk memperoleh penghasilan, bertindak keluar, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Pengertian perusahaan disini tidak mempersoalkan tentang perusahaan sebagai badan usaha, namun justru perusahaan sebagai perbuatan, jadi terkesan hanya meliputi kegiatan usaha.

Pengertian Perusahaan adalah badan usaha yang menjalankan kegiatan di dalam bidang perekonomian (keuangan, industri dan perdagangan), yang dilakukan secara terus-menerus atau teratur, dengan terang-terangan dan dengan tujuan memperoleh keuntungan (laba).

Dalam Pasal 1 huruf (d) UWDP yang dimaksud dengan badan usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

Badan usaha merupakan kesatuan yudiris dan ekonomis atau kesatuan organisasi yang terdiri dari faktor-faktor produksi yang bertujuan mencari keuntungan. Badan usaha adalah rumah tangga ekonomi yang

bertujuan mencari laba dengan faktor-faktor produksi. Sebuah usaha/bisnis sendiri dapat dikatakan berbadan hukum apabila memiliki “Akte Pendirian” yang disahkan oleh notaris disertai dengan tandatangan di atas material dan segel.

B. Definisi Operasional

1. *Employee Relation*

Employee relations yaitu kegiatan *public relations* untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya. Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi dan komunikasi karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian hubungan masyarakatnya. Nasihat serta kerjasama manajemen dan staf, pelaksana yang melaksanakan hubungan personalia, karyawan, atau industri, harus diusahakan dalam menentukan tujuan, media, dan pesan dari program komunikasi. Koordinasi yang erat antara seksi hubungan karyawan dengan seluruh staf serta bagian pelaksanaan organisasi adalah penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalah pahaman, desas-desus palsu, dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri, yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat

2. Perusahaan

Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam suatu wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

3. PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang bergerak pada bagian yang memproduksi karton yang beralamatkan Jalan Lintas Timur Km. 16 tepatnya di Kulim, Tenayan Raya. Saat ini PPIC Manager di PT. Sumatera Kemasindo dipimpin oleh bapak Erjohn Tjia

C. Penelitian Terdahulu Relevan

Untuk peneliti memperkuat dan mempertajam penelitian ini, maka penelitian ini diperkuat dengan data-data penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dan referensi pada poin-poin tertentu guna menunjang teori dan hasil penelitian ini.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Judul/Tahun	Hasil/Kesimpulan
1	Erny Ermawati jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”Yogyakarta	Evaluasi <i>Employee Relation</i> dalam Upaya meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Inna Garuda Yogyakarta	Di hotel Inna Garuda Yogyakarta, kegiatan <i>Employee Relation</i> yang dibangun sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya progam-progam yang telah disusun dan dikembangkan oleh pihak

	2011		internal hotel. Seperti banyak fasilitas yang mendukung, adanya klinik untuk kesehatan, selalu ada acara berkumpulnya karyawan dan perayaan hari besar dan ultah setiap bulannya yang biasa disebut dengan acara sarasehan, gethering, senam, mading dengan berbagai info keadaan hotel, outbond training, pelatihan, dan lain-lain yang semua itu ditujukan untuk memepererat hubungan seluruh karyawan baik sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan.
2	Aris Rahayu Fatimah Mukti jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2011	<i>Penerapan Strategi Employee Relations Pada Hotel Elmi Surabaya dalam Rangka Peningkatan Kinerja dan Kualitas Karyawan</i>	Public Relation pada Hotel Elmi Surabaya, ditempatkan sebagai bagian dari Sales and Marketing Departement. Pihak manajemen Hotel Elmi Surabaya menempatkan Public Relations menjadi satu bagian dalam aktifitas Sales and Marketing. Manajemen Hotel Elmi Surabaya mempunyai strategi Employee Relations tersendiri untuk meningkatkan kinerja dan kualitas karyawannya. Hasil wawancara bahwa pihak manajemen Hotel Elmi Surabaya menyadari dengan sepenuhnya akan pentingnya membangun dan menjalin komunikasi yang harmonis dengan karyawannya.
3	Paramitha Dessi Priyana jurusan ilmu komunikasi fakultas	Kegiatan eksternal <i>Public Relations</i> dalam meningkatkan	Dari serangkaian data yang diperoleh di lapangan, baik itu melalui wawancara

	ilmu sosial dan politik universitas sebelas maret Surakarta 2016	citra lorin Solo hotel	dengan responden maupun dari hasil pengamatan selama penelitian, maka disini peneliti dapat menarik kesimpulan proses dari Kegiatan Eksternal Public Relations sebagai berikut: Media Relations Corporate Social Responsibility (CSR) Citra Perusahaan Merupakan tujuan diadakannya kegiatan eksternal yang dilakukan oleh divisi Public relations.
--	--	------------------------	---

1. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu oleh Emy Ermawati (2011)

Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji *employee relations* dalam suatu perusahaan dan yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini yaitu objek penelitian yang digunakan peneliti sebelumnya adalah perhotelan sedangkan pada penelitian ini meneliti *employee relations* pada perusahaan yang bergerak pada bidang produksi karton yaitu PT. Sumatera Kemasindo.

2. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu oleh Aris Rahayu Fatimah Mukti (2011)

Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif namun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek dan lokasi penelitian

3. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu oleh Paramitha Dessi Priyana (2016)

Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, kemudian terletak persamaan pada teknik pengumpulan datanya. Namun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini yaitu jenis objek dan lokasi penelitiannya yang berbeda.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif yang merupakan metode penelitian yang membuat deskriptif yang akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau subyek tertentu (Kriyantono, 2007:69).

Pada dasarnya landasan teoritis dari penelitian kualitatif itu bertumpu secara mendasar pada fenomenologi. Karena itu pada penelitian ini fenomenologi dijadikan sebagai dasar teoritis utama sedang yang lainnya yaitu interaksi simbolik, kebudayaan, dan etnometodelogi dijadikan sebagai dasar tambahan yang melatarbelakangi secara teoritis penelitian kualitatif (Moleong, 2013:14). Fenomenologi diartikan sebagai: 1) pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut Bungin (2007:78) disebut dengan *informant*, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Selain itu dalam penentuan

informant, dapat digunakan untuk memperluas subjek penelitian. peran subjek penelitian adalah memberikan tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, serta memberikan masukan kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung. subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis. Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Adapun yang dijadikan sebagai objek penelitian ini berjumlah 5 orang informan antara lain:

Tabel 3.1
***Informant* Penelitian**

No	Nama	Jabatan
1	Susi Ayuni	HRD
2	Imam Sanusi	Manajemen Pemasaran
3	Devita Anggraini	Staff
4	Febri Ramadana Zapitra	Karyawan
5	Riswadi	Karyawan

Sumber: PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

Berdasarkan tabel diatas terdapat 5 orang *informant* dalam penelitian ini yang telah ditentukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini nantinya, 5 orang tersebut terdiri dari HRD atas nama Ibuk Susi Ayuni yang menjadi *key informant* dalam penelitian ini, kemudian Ibuk Devita Anggraini selaku manajemen pemasaran, dan 3 orang staff atau karyawan antara lain Imam Sanusi, Febri Ramadana Zapitra, dan Riswadi yang bekerja di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.

2. Objek Penelitian

Menurut Bungin (2007:78) masalah yang akan diteliti atau masalah yang akan dijadikan objek peneliti, yaitu problem yang harus dipecahkan atau dibatasi melalui penelitian. Dalam artian objek penelitian adalah sasaran atau sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian. Objek penelitian adalah sebuah konsep, abstraksi atau sesuatu yang diberi batasan jelas dan dimaksudkan untuk sebuah aplikasi. Sebuah objek adalah sesuatu yang mempunyai keadaan, perilaku, dan identitas. Keadaan dari objek adalah satu dari kondisi yang memungkinkan dimana objek dapat muncul, dan dapat secara normal berubah berdasarkan waktu. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah segala jenis kegiatan yang berhubungan dengan *employee relations* di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Menurut Bungin (2007:80) lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat, dan kegiatan yang di observasi. Adapun yang menjadi lokasi penelitian yaitu PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang beralamatkan di Jalan Lintas Timur Km.16

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Juni 2018 hingga selesai.

Tabel 3.2
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke-															
		Oktober 2017				November 2017				Juni 2018				Agustus 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan UP																
2	Bimbingan UP																
3	Seminar UP																
4	Revisi UP																
5	Penelitian																
6	Pengelolaan Data																
7	Bimbingan Skripsi																
8	Ujian Skripsi																
9	Revisi dan Pengesahan																
10	Penyerahan Skripsi																

D. Sumber Data

Menurut Bungin (2007:122) dalam proses pengumpulan data ada beberapa metode yang digunakan sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan, yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung diperoleh sumber data pertama dilokasi penelitian. Data primer yang diterima antara lain mengenai tanggapan informan dan tentang data-data atau informasi yang diperlukan. Adapun alasan penggunaan data primer dikarenakan

peneliti langsung melakukan observasi lapangan dan melakukan wawancara langsung terhadap *informant* penelitian yang telah ditetapkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah penelitian yang yang diperoleh dari PT Sumatera Kemasindo, secara tidak langsung melalui perantara atau digunakan lembaga lain yang merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian. Adapun alasan peneliti menggunakan data sekunder adalah untuk menunjang dalam penelitian ini yaitu dapat berbentuk data ataupun dokumentasi dari PT. Sumatera Kemasindo yang dapat dijadikan sebagai tambahan atau referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan observasi secara nonpartisipas. Observasi nonpartisipas ini adalah peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati maka dalam observasi nonpartisipas peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen (Basrowi & Suwandi, 2008:109). Adapun alasan peneliti menggunakan observasi nonpartisipatis yaitu dikarenakan kegiatan *employee relations* hanya ditujukan untuk *informant* yang telah

ditandai sebagai peneliti, maka tugas peneliti hanya sebagai *observer* ataupun pengamat di lokasi kegiatan berlangsung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis ataupun berurutan yang berlandaskan pada tujuan penelitian (Marzuki, 2006:62). Wawancara merupakan metode yang dilakukan langsung oleh peneliti untuk memperoleh informasi dengan bertemu secara langsung, dan melakukan percakapan dengan maksud tertentu dengan mengajukan pertanyaan (*interview*) yang memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian. Adapun alasan peneliti menggunakan teknik wawancara yaitu untuk menggali informasi mengenai hal yang berkaitan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

3. Dokumentasi

Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cendera mata, laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu dan tempat tertentu. Kumpulan data bentuk tulisan ini disebut dokumen (Bungin, 2007:125). Adapun alasan peneliti menggunakan teknik dokumentasi yaitu agar bentuk kegiatan penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan orisinalitasnya.

F. Teknik Pemerisaan Keabsahaan Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan sumber data. Triangulasi adalah menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang sudah ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis (Kriyantono, 2006:38).

G. Teknik Analisa Data

Dalam proses analisa data yang akan dilakukan yaitu menggunakan model interaktif. Analisa interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Bungin, 2006:69)

1. Reduksi Data

Reduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasaan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

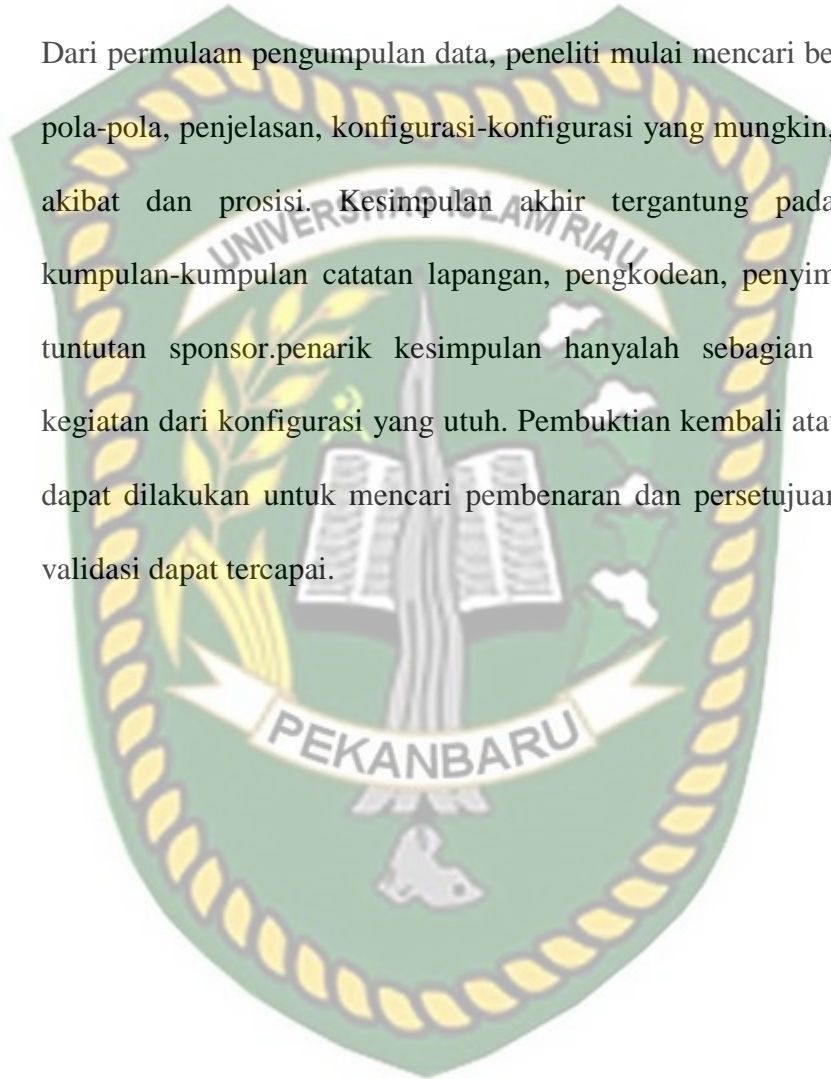
2. Penyajian Data

Penyajian data yang dimaksud disini adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan adanya penyajian data, maka akan

memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Menarik Kesimpulan/*verifikasi*

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari benda-benda, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan prosisi. Kesimpulan akhir tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan dan tuntutan sponsor. menarik kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Pembuktian kembali atau verifikasi dapat dilakukan untuk mencari pembenaran dan persetujuan, sehingga validasi dapat tercapai.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur *corrugated carton box* yaitu perusahaan yang mampu memproduksi kemasan dari kertas dan karton. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 dan dipimpin oleh Bpk. Erjohn Tjia. PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru beralamatkan di Jalan Lintas Timur – Jambi Riau 18 atau lebih tepatnya di Kulim, Tenayan Raya. PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dalam satu bulan dapat memproduksi kertas dan karton sebanyak 3.000 ton dan untuk box diproduksi sebanyak 80.000 box dalam per jam nya.

1. Visi dan Misi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

a. Visi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

Dalam perusahaan pastilah ada terdapat visi dan misi dari suatu perusahaan tersebut agar apa yang menjadi pedoman dan ideologi dari suatu perusahaan tersebut akan tercapai dan diterapkan bagi dari manager maupun karyawan-karyawan dari perusahaan tersebut. Berikut ini adalah visi dari PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang didapatkan peneliti melalui hasil observasi ke lapangan sebagai berikut:

Menjadi pemain utama di industri pengepakan di Indonesia dan memuaskan pelanggan dengan menghasilkan produk yang bermutu, efisien dan ramah lingkungan

b. Misi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

Misi perusahaan berfungsi sebagai pernyataan cita-cita serta merupakan landasan kerja yang harus diikuti dan didukung oleh seluruh personil perusahaan. Kemudian dalam perusahaan pastilah juga terdapat misi dari suatu perusahaan tersebut agar apa yang menjadi pedoman dan ideologi dari suatu perusahaan tersebut akan tercapai dan diterapkan bagi dari manager maupun karyawan-karyawan dari perusahaan tersebut. Berikut ini adalah visi dari PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yang didapatkan peneliti melalui hasil observasi ke lapangan sebagai berikut:

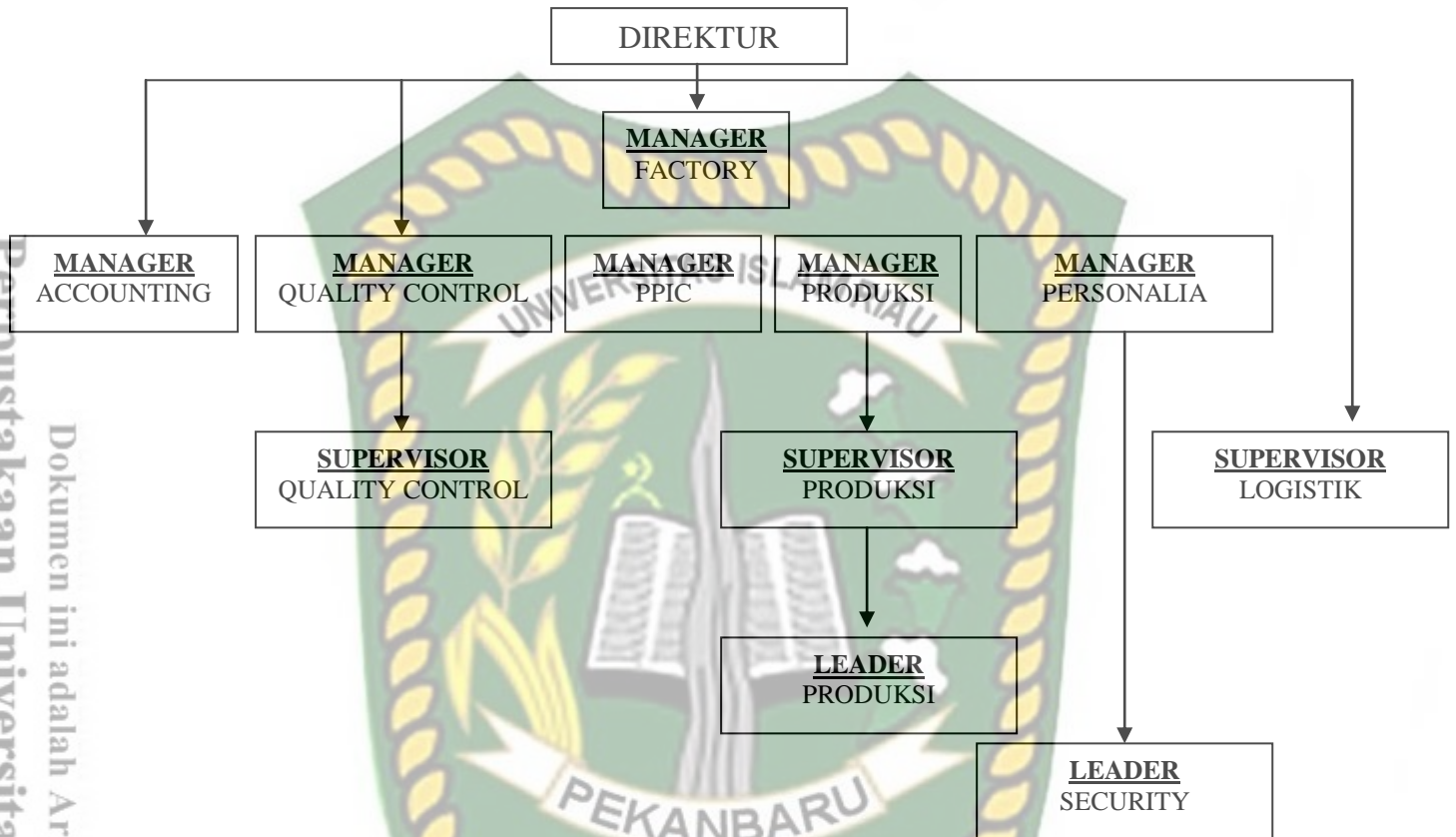
- 1) Menghasilkan produk yang bermutu dan mampu bersaing di pasar bebas
- 2) Meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang berkesinambungan
- 3) Berorientasi pada keuntungan dan memberikan nilai tambah bagi *stake holder*
- 4) Memberikan kesejahteraan karyawan dan peduli terhadap masyarakat sekitar
- 5) Peduli terhadap kelestarian lingkungan dan mengutamakan keselamatan dan kesehatan kerja

2. Struktur Organisasi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

Adapun struktur organisasi PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1

Struktur Organisasi PT. Sumatera Kemasindo



(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa struktur organisasi PT. Sumatera Kemasindo terdiri dari 1 Direktur, 11 Manager yang terdiri dari Manager Factory, Manager Accounting, Manager Quality Control, Manager PPIC, Manager Produksi, Manager Procurement, Manager Personalia, Manager Mekanikal, Manager Elektrikal, Manager Logistik, Manager Sales. Kemudian terdiri dari 5 Supervisor yaitu Supervisor Quality Control, Supervisor Produksi, Supervisor Mekanikal, Supervisor

Logistik, Supervisor Desain, dan kemudian 2 Leader yaitu Leader Produksi dan Leader Security.

B. Hasil Penelitian

1. Kegiatan *Employee Relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi dan komunikasi karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian hubungan masyarakatnya (*Public Relations*). Nasihat serta kerjasama manajemen dan staf, pelaksana yang melaksanakan hubungan personalia, karyawan atau industri, harus diusahakan dalam menentukan tujuan, media dan pesan dari program komunikasi.

Koordinasi yang erat antara seksi hubungan karyawan dengan seluruh staf serta bagian pelaksanaan organisasi adalah penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalahpahaman, desas-desus palsu dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri, yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat (Moore, 2004:347)

Karyawan didalam perusahaan merupakan aset yang sangat penting dan dalam dunia *public relations* dikenal dengan hubungan masyarakat

internal (*employee relations*) yaitu publik yang terdiri dari para pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha perusahaan itu sendiri. Untuk itu adanya kegiatan *employee relations* disebuah perusahaan sangatlah penting untuk dilakukan. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dalam menjaga hubungan baik dengan para karyawannya yaitu terdiri dari kegiatan eksternal dan kegiatan internal yang dijabarkan sebagai berikut:

a. **Kegiatan Eksternal *Employee Relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru**

a.1) **Pelatihan Program Training**

Guna meningkatkan keterampilan dan pengetahuannya, setiap bulannya para karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru diberikan pendidikan serta pelatihan tambahan. Hal ini bisa diberikan dalam bentuk pelatihan salah satunya pelatihan mengenai pengoperasian mesin dengan menunjuk karyawan senior sebagai instruktur dalam memberikan arahan kepada karyawan lainnya. Seperti yang dikatakan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo, ibu Susi Ayuni dalam wawancara berikut:

“Biasanya karyawan disini diberikan pelatihan rutin setiap bulannya untuk menambah dan meningkatkan kemampuannya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain kedepannya, kami mengadakan pelatihan berupa program pendekatan karyawan dan mengandalkan karyawan-karyawan senior atau yang telah lama untuk menjadikan mereka sebagai tutor terhadap karyawan lainnya dan hal ini berdampak terhadap hasil kerja mereka selama ini, terbukti kami mampu mencetak sekitar 80.000 box dalam per jam nya.” (Wawancara dengan Ibu Susi Ayuni, HRD. 20 September 2018).

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi yang dilakukan peneliti, hal tersebut dijelaskan bahwa karyawan di PT. Sumatera Kemasindo diberikan pelatihan setiap bulannya rutin antara karyawan yang lebih berpengalaman terhadap karyawan-karyawan baru maupun yang kurang berpengalaman yang bertujuan untuk meningkatkan mutu dari perusahaan tersebut, menurut wawancara terhadap HRD yang mengatakan bahwa program tersebut berupa pengoperasian alat-alat yang ada di perusahaan yang secara umum mengenai teknis yang ada dalam perusahaan tersebut.

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dalam kegiatan *employee relations* yang ditemukan oleh peneliti melalui hasil wawancara dalam hal ini mereka memberikan pelatihan atau training rutin terhadap karyawan-karyawan tersebut guna untuk meningkatkan kualitas baik dari karyawan itu sendiri dan terhadap perbaikan mutu kualitas dari perusahaan itu sendiri. Kemudian peneliti kembali menanyakan pertanyaan mengenai secara detail bagaimana pelaksanaan program pelatihan tersebut, yaitu sebagai berikut:

“Secara teori, kami memberikan pendidikan yang bisa diberikan dalam bentuk kursus-kursus, pelatihan, ataupun *up grading*, demikian ketika kami memiliki karyawan yang berprestasi akan kami sekolahkan untuk memperdalam keahlian yang ia miliki. Minimal satu setengah kali pertemuan dalam setahun atau 1:1 point 5 dan minimal ada 1 atau 2 orang dalam tiap tahunnya yang kami sekolahkan karena

prestasinya.” (Wawancara dengan Ibu Susi Ayuni, HRD. 20 September 2018).

Gambar 2

Program Pelatihan yang diikuti oleh Karyawan



(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Karyawan-karyawan yang diberikan pelatihan dibiayai oleh perusahaan berdasarkan kemampuan dan prestasi yang dimilikinya, kemudian karyawan-karyawan yang telah mendapatkan pelatihan dapat melatih dan menerapkan apa yang telah dipelajarinya kepada karyawan-karyawan lainnya maupun juniornya. Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilakukan oleh para karyawan tersebut, diharapkan mutu yang dihasilkan oleh karyawan pun semakin baik sehingga akan berdampak pula pada kemajuan perusahaan.

a.2) Turnamen Futsal

PT. Sumatera Kemasindo dalam menjalankan kegiatan *employee relationsnya* demi menjalin hubungan yang baik antar karyawan dan meningkatkan elektabilitas perusahaan itu sendiri, karyawan harus diberikan kesempatan untuk *refreshing* dalam artian meningkatkan kerja sama tim salah satunya yang dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru adalah mengadakan turnamen futsal setiap tahunnya.

Upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan. Berdasarkan hasil observasi, adapun penghargaan yang dimaksud atau yang diberikan dari PT. Sumatera Kemasindo yaitu mengadakan sebuah kompetisi antara karyawan guna untuk menciptakan solidaritas dan memberikan penghargaan bagi para pemenang.

Kekompakan dalam suatu tim kerja perlu dikembangkan antara lain dengan penyaluran bakat masing-masing pegawai ke dalam suatu tim kerja yang bersifat rekreasi, seperti olahraga. Disamping membawa efek keakraban, tim tim olah raga dapat juga membawa nama perusahaan ke tengah-tengah masyarakat. Secara tidak langsung merupakan alat promosi ataupun iklan dalam mencari dan memperluas publik bagi perusahaannya.

Gambar 3

Turnamen Futsal PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru



(Su

mber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Melalui pertandingan-pertandingan persahabatan dapat diharapkan bertambahnya *public extern* dari perusahaan. Karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru memiliki beberapa kelompok olahraga, antara lain yang paling rutin yaitu futsal. Dalam hal pertandingan, PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru mampu berprestasi di bidang futsal. Berikut hasil wawancaranya:

“PT. Sumatera Kemasindo telah mengadakan kompetisi sebagai bentuk rasa solidaritas antara sesama karyawan, ini adalah turnamen kali kedua kami selenggarakan di lapangan futsal Satria Mandala. Kami berharap dengan mengadakan kompetisi atau olahraga ini dapat memperkuat rasa silaturahmi dan solidaritas *teamwork* antara karyawan” (Wawancara dengan Devita Anggraini, Staff. 20 September 2018).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru meyakini dengan mengadakan turnamen seperti ini dapat mempererat hubungan antara karyawan dan juga dapat menanamkan loyalitas para pegawai. Untuk membenari hasil tersebut, peneliti langsung menanyakan hal tersebut dengan salah satu karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, adalah sebagai berikut:

“Bersyukur sekali bisa menjadi bagian dari pabrik ini bang, ini turnamen kami yang kedua kebetulan saya suka sekali dengan sepak bola jadi dengan adanya kegiatan ini membuat saya semakin mencitai pekerjaan saya karena pada masa program-program seperti ini saya sangat senang sekali” (Wawancara dengan Febri Ramadana Zapitra, Karyawan. 20 September 2018).

Begitu juga dengan jawaban serupa yang diperoleh dari karyawan berikut:

“Turnamen ini merupakan turnamen kedua yang diselenggarakan oleh perusahaan ini. Saya sangat senang, dari 10 tim yang main waktu itu didapatlah 1 pemenang, dan saya termasuk anggota dalam tim yang menang waktu itu. Saya menantikan tahun depan apabila turnamen ini akan diselenggarakan lagi karna kami akan mempertahankan gelar juara bertahan kami, hehe” (Wawancara dengan Riswadi, Karyawan. 20 September 2018).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dalam hal ini berfungsi mendekatkan seluruh karyawan yang bekerja di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru. Sehingga terciptanya komunikasi secara vertikal dan horizontal yang baik. Turnamen yang diadakan oleh perusahaan tersebut bukan hanya sekedar ajang juara tapi juga untuk menjaga silaturahmi sesama

karyawan, manajer serta supervisor perusahaan ditambah *security*.

a.3) *Family Gathering*

Pertemuan lain yang bersifat rileks juga perlu pula diselenggarakan untuk memupuk rasa akrab dan setia kawan, serta relasi kekeluargaan diantara para pegawai. Oleh karena itu, PT. Sumatera Kemasindo disetiap bulannya mengadakan kegiatan *outing* berupa *outbond training*. Tujuannya untuk menciptakan team *building* yang kuat melalui permainan-permainan yang menyenangkan. Selain *outbond* diadakan pula piknik bersama ke tempat-tempat wisata yang menyenangkan.

Semua kegiatan tersebut berfungsi untuk lebih mendekatkan hubungan antar sesama karyawan baik atasan maupun bawahan. Selain itu, tujuan dari diadakannya *outbond training* bagi karyawan adalah untuk menyegarkan kembali rasa kebersamaan, seperjuangan, sepenanggungan, searah dan setujuan dalam bekerja, berkarya dan berusaha. Kemudian menghilangkan kepenatan, kejenuhan dalam bekerja dan konflik antar personal dengan cara membangun semangat, kreatifitas, keberanian, kegembiraan dan kebebasan berekspresi yang semua itu dapat dilakukan melalui permainan yang diadakan di *outbond training*.

Pemberian kegiatan ini dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo untuk menguatkan hubungan antara karyawan dan atasan, semakin eratnya hubungan akan berdampak terhadap mutu dari perusahaan tersebut dikarenakan semua karyawan maupun atasan dapat bekerja sama baik dalam tim maupun individu. Para karyawan seharusnya mendapatkan kegiatan-kegiatan seperti ini guna mempererat silaturahmi mereka dalam bekerja di suatu perusahaan, terutama di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru tersebut.

Gambar 4

Family Gathering PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru



(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo terhadap karyawannya dapat meningkatkan raya hubungan menjadi baik, tingkat silaturahmi menjadi baik, karyawan merasa mereka diperhatikan karena disuguhkan dengan

kegiatan-kegiatan yang membangun rasa loyalitas mereka. Mereka tidak diwajibkan bekerja secara terus menerus melainkan diajak juga untuk bersilaturahmi bersama antara karyawan dengan pihak-pihak PT. Sumatera Kemasindo.

Melalui berbagai permainan-permainan yang dilakukan tadi, kemudian dapat dilihat siapa saja yang mempunyai jiwa kepemimpinan, bertanggung jawab, disiplin dan kreatif. Sehingga bisa mengetahui bakat serta kemampuan dan juga menilai prestasi karyawan.

a.4) Buka Puasa Bersama

Pada setiap memasuki bulan ramadhan, PT. Sumatera Kemasindo mengadakan acara buka bersama sama seperti halnya acara *gathering* pada umumnya namun ini berguna untuk mempererat silaturahmi antara karyawan dan keluarga karyawan-karyawan tersebut. Perusahaan tersebut mengadakan acara buka bersama dari atasan hingga bawahan didudukkan dalam ruangan yang sama dan tidak ada perbedaan sehingga para karyawan merasa melaksanakan kegiatan tersebut bersama keluarga pada umumnya bukan sebatas atasan dan bawahan.

Gambar 5
Acara Buka Bersama PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru



(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap karyawan yang bernama Febri Ramadana Zapitra mengatakan sangat bersyukur dengan adanya kegiatan buka bersama yang diadakan oleh perusahaan. Berikut hasil wawancara terhadap karyawan tersebut:

“Saya sangat bersyukur bisa mendapatkan acara keluarga seperti ini, saya merasa tidak dibeda-bedakan dengan karyawan lain, semua sama dimata pak manajer dan kami sangat bersyukur bisa bekerja dan mendapatkan keluarga baru disini, saya dan keluarga saya sangat bersyukur bisa bekerja disini. (Wawancara dengan Febri Ramadana Zapitra, Karyawan. 20 September 2018).

b. Kegiatan Internal *Employee Relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru

b.1) *Regular Meeting*

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru juga secara berkala mengadakan pertemuan atau tatap muka setiap akhir bulan yang biasa disebut dengan *regular meeting*. Masing-masing karyawan

perusahaan dapat mengeluarkan pendapat dan isi hatinya dalam pertemuan tersebut guna kepentingan dan kelangsungan perusahaan kedepannya. Kegiatan tatap muka tersebut merupakan kegiatan berkumpulnya manajemen dan karyawan PT. Sumatera Kemasindo guna membahas tentang kegiatan mingguan yang berlangsung selama 15 menit yang membahas mengenai teknis dan pengoperasian tentang mesin atau alat-alat yang ada pada perusahaan tersebut hingga mendengarkan pendapat dari karyawan tentang masalah atau ada sesuatu yang penting untuk disampaikan dan dibuat pertimbangan bagi perusahaan.

Peneliti melakukan wawancara terhadap bagian manajemen pemasaran dari PT. Sumatera Kemasindo yaitu Bapak Imam Sanusi mengenai pertemuan atau tatap muka yang dilakukannya saat itu terhadap para karyawan, adalah sebagai berikut:

“Saya diutus oleh atasan untuk menjumpai atau mengumpulkan karyawan-karyawan untuk mengecek status dari mereka, cek rutinitas ini dilakukan agar karyawan-karyawan disini tidak merasa dijadikan sapi perah saja kemudian kami melakukan pendekatan agar hubungan antara karyawan menjadi semakin bagus, kami belajar dari kesalahan kami sebelumnya yang memberikan PHK terhadap beberapa karyawan, tapi itu dulu sekarang hal yang seperti itu sudah tidak ada lagi, kami memiliki karyawan-karyawan yang profesional dan mampu bekerja sama dengan baik. Inilah guna saya berkumpul bersama karyawan-karyawan guna menghindari hal yang tidak diinginkan.” (Wawancara dengan Bapak Imam Sanusi, Manajemen Pemasaran, 20 September 2018).

Tidak hanya komunikasi dari manajemen kepada karyawan saja, namun komunikasi dapat berjalan dua arah karena karyawan juga dapat mengemukakan pendapatnya. Segala kebijaksanaan beserta penjelasannya disampaikan oleh atasan di dalam forum tersebut. Demikian pula masing-masing karyawan lainnya diberi kesempatan untuk memberikan tanggapan-tanggapan dan pendapatnya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di lokasi tersebut bahwa memang terdapat pertemuan antara manajer dengan karyawan-karyawan, pada kesempatan itu diberikan hak untuk bertanya ataupun komentar hingga kritikan yang disampaikan dari karyawan demi kemajuan perusahaan tersebut kedepannya.

Gambar 6
Manajer Pemasaran dan Karyawan Berkumpul Bersama



(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018)

Berdasarkan wawancara dan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa hal yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam menjalin *employee relations* sudah sangat baik, hal ini dapat dinilai langsung oleh peneliti melalui observasi langsung yang dilakukan dan berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan dari karyawan langsung. Hal ini mereka lakukan karena secara rutin perusahaan melakukan pertemuan atau tatap muka antara karyawan terhadap atasan dan memberikan kesempatan yang sebesar-besarnya terhadap karyawan yang ingin menyampaikan isi hatinya atau pendapatnya mengenai pekerjaan yang ia lakukan. Bapak Imam Sanusi juga menambahkan pernyataannya sebagai berikut:

“Apapun yang berhubungan dengan perusahaan, kami dengan berbesar hati memberikan kesempatan terhadap karyawan yang ingin menyampaikan aspirasinya, apabila hal positif kami akan memperjuangkannya dan mengabdikan apa yang menjadi permasalahan dari para karyawan tersebut, begitu juga untuk hal-hal negatif kami akan memberikan atau mencari solusi terbaik bagi karyawan maupun perusahaan agar terciptanya *employee relations* yang baik” (Wawancara dengan Bapak Imam Sanusi, Manajemen Pemasaran, 20 September 2018).

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti melalui wawancara tersebut, peneliti memberikan kesimpulan terhadap apa yang telah dilakukan perusahaan terhadap karyawannya sudah sangat layak dan sesuai dengan prosedur, hal yang dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo patut diaplikasikan dan ditiru oleh perusahaan-perusahaan lainnya agar karyawan

mendapatkan hak nya sebagai karyawan, dalam hal ini misalnya tentang asuransi kesehatan maupun tanggungan-tanggungan jaminan keselamatan kerja yang diberikan terhadap karyawan, bukan hanya menjalankan kewajibannya saja sebagai karyawan perusahaan, karna tanpa karyawan dalam suatu perusahaan, perusahaan itu tidak akan berjalan dengan baik meskipun struktur organisasinya mantap.

b.2) BPJS Kesehatan

Agar terjaminnya masalah kesejahteraan karyawan di suatu perusahaan, sebuah perusahaan wajib untuk membiayai biaya kesehatan karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut agar kesehatan hidupnya terjamin. PT. Sumatera Kemasindo dalam kegiatan *employee relations* nya memberikan kartu BPJS kesehatan untuk karyawannya ketika terkendala sakit, maka semua biaya pengobatan ditanggung langsung oleh perusahaan dibawah kebijakan BPJS. Hal tersebut diketahui berdasarkan wawancara yang telah dilakukan sebagai berikut:

“Semua karyawan disini diberikan tanggungan atas biaya kesehatannya, kami mengutamakan kesehatan dan kesejahteraan karyawan kami, agar mereka bisa memberikan loyalitas yang maksimal kepada kami, sehingga kami menjamin kesehatan mereka selama bekerja di perusahaan ini” (Wawancara dengan Devita Anggraini, Staff. 20 September 2018).

Berdasarkan hal tersebut PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru telah menjamin hal kesehatan karyawannya

tersebut melalui tanggungan kesehatan yang diberikan melalui BPJS Tenaga Kerja yang dimiliki oleh setiap karyawan yang bekerja disana, hal ini sudah seharusnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, mereka harus mampu disejahterahkan, tidak hanya menerima penghasilan pokok saja namun masalah kesehatan karyawan adalah modal utama penting sebuah perusahaan dalam meningkatkan elektabilitas perusahaan tersebut dan hal ini sudah sepatutnya diterapkan oleh PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.

Gambar 7

Contoh Kartu BPJS PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru



b.3) Menyamarkan Hak dan Kewajiban

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Devita Angraini selaku Staff di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru:

“Disini banyak dijumpai karyawan-karyawan yang berusia muda, yang menjadi perbedaan adalah jika yang tua secara fisik kurang bagus dan yang muda lebih kuat. Tetapi secara motivasi mereka lebih mempunyai motivasi yang tinggi karena mereka masih segar untuk melaksanakan pekerjaan yang berat dan

sangat ulet juga saat bekerja. Tetapi semua itu tidak menutup kemungkinan yang tua kurang ulet karena semua itu tergantung pada pribadi masing-masing orang. Dan memang senioritas terkadang membuat sedikit canggung tetapi semua itu kembali kepada bagaimana masing-masing pegawai untuk bisa cepat berbaur sehingga timbul rasa saling pengertian antara masing-masing pegawai dan dengan adanya program *employee relations* inilah kita berharap hubungan antar karyawan semakin erat dan bisa membangun team yang lebih kuat sehingga produktivitas pun semakin baik”. (Wawancara dengan Devita Anggraini, Staff, 20 September 2018).

Terlepas dari hal tersebut, menjalin hubungan yang baik dengan semua orang dengan cara saling menghormati merupakan sesuatu yang wajib dilakukan yaitu bisa dengan membangun suasana kekeluargaan, maka tidak akan ada lagi rasa canggung atau timbulnya rasa senioritas. Di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, suasana kerja dengan rasa kekeluargaan memang sudah lama diterapkan.

2. Kebijakan-Kebijakan yang diberikan oleh HRD PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru Melalui Kegiatan *Employee Relations*

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru mengenai kebijakan yang diberikan oleh HRD mengenai kegiatan *employee relations* dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja karyawan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, peneliti melihat bahwa kebijakan yang diberikan oleh HRD mengenai kegiatan *employee relations* yang telah dilakukan tersebut bisa dikatakan sudah sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh pihak internal perusahaan seperti yang dibahas pada sub-bab sebelumnya.

a. Memberikan Fasilitas kepada Karyawan

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru juga selalu berusaha memberikan dan menambah berbagai fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung kelancaran jalannya kegiatan yang ada di perusahaan tersebut. Selalu ada acara berkumpulnya para karyawan dan perayaan hari besar serta ultah setiap bulannya yang biasa disebut dengan acara *family, gathering*, hingga media pengumuman dengan berbagai info mengenai keadaan perusahaan tersebut.

Kebijakan lainnya yang diberikan oleh PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru yaitu dengan mengadakan *outbond training*, pelatihan-pelatihan dan lain-lainnya, semua kegiatan tersebut ditujukan untuk mempererat hubungan antar karyawan sehingga para karyawan merasa betah bekerja di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru dan semakin termotivasi dalam hal bekerja. Walaupun terkadang tidak semua program yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar seperti terbentur oleh kesibukan operasional atau padatnya aktifitas yang ada di perusahaan tersebut, tetapi hal tersebut tidak akan membuat pihak internal perusahaan putus asa.

Mereka masih tetap terus mencari berbagai program-program yang sekiranya dapat mendukung jalannya kegiatan *employee relations* sehingga semua program dapat dirasakan manfaatnya bagi karyawan yang nantinya juga dapat berguna untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Seperti yang dikatakan oleh HRD perusahaan melalui

wawancara terhadap peneliti, yakni Ibu Susi Ayuni yang mengatakan bahwa:

“employee relations sangat penting bagi perusahaan karena ketika didalam pekerjaan atau perusahaan yang difokuskan kedalam kerja team maka kegiatan tersebut akan sangat berpengaruh pada tingkat produktivitas. *Employee relations* merupakan kegiatan yang esensial atau sangat penting dalam menopang lajunya produktivitas suatu perusahaan sehingga akan menghasilkan produktivitas baik dalam bentuk penyelesaian kerja dan lain sebagainya” (Wawancara dengan Ibu Susi Ayuni, HRD. 20 September 2018).

Berdasarkan jawaban tersebut, hal itulah yang membuat PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru merasa betapa pentingnya kegiatan *employee* untuk dilakukan.

b. Menyamaratakan Hak dan Kewajiban Semua Karyawan

Adapun kesamarataan hak dan kewajiban yang diberikan PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru terhadap karyawannya yaitu permasalahan gaji, bagi karyawan kontrak akan diberikan upah sesuai dengan peratoran pemerintah (UMR), dan terhadap karyawan tetap diberikan tunjangan sesuai dengan posisi dan jabatannya, disisi lain semua karyawan diberikan hak dan kewajiban yang sama tidak ada yang di spesialkan apalagi di anak emas kan, semua itu dilakukan guna untuk tidak mengkotak-kotakkan karyawan yang bertujuan demi meningkatkan semangat partisipasi ataupun semangat bekerja semasa menjadi karyawan di PT. Sumatera Kemasindi Pekanbaru.

Selain itu, disini peneliti melihat bahwa perbedaan usia dan timbulnya rasa senioritas yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja

karyawan disuatu perusahaan ternyata tidaklah selalu berdasarkan faktor usia tetapi lebih kepada perbedaan produktivitas yang dihasilkan saja. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Devita Anggraini selaku Staff di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru:

“Disini banyak dijumpai karyawan-karyawan yang berusia muda, yang menjadi perbedaan adalah jika yang tua secara fisik kurang bagus dan yang muda lebih kuat. Tetapi secara motivasi mereka lebih mempunyai motivasi yang tinggi karena mereka masih segar untuk melaksanakan pekerjaan yang berat dan sangat ulet juga saat bekerja. Tetapi semua itu tidak menutup kemungkinan yang tua kurang ulet karena semua itu tergantung pada pribadi masing-masing orang. Dan memang senioritas terkadang membuat sedikit canggung tetapi semua itu kembali kepada bagaimana masing-masing pegawai untuk bisa cepat berbaur sehingga timbul rasa saling pengertian antara masing-masing pegawai dan dengan adanya program *employee relations* inilah kita berharap hubungan antar karyawan semakin erat dan bisa membangun team yang lebih kuat sehingga produktivitas pun semakin baik”. (Wawancara dengan Devita Anggraini, Staff. 20 September 2018).

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Bapak Imam Sanusi bagian manajemen pemasaran yang mengatakan:

“Usia dan rasa senioritas tidak mempengaruhi suatu produktivitas kerja yang dihasilkan oleh setiap orang. Tetapi lebih kepada pribadi atau individu masing-masing orang. Cuma kebanyakan orang apalagi yang merasa lebih muda memiliki rasa sungkan terhadap yang tua. Tetapi selebihnya perbedaan tingkat usia dan adanya rasa senioritas dalam menghasilkan produktivitas antara yang muda dan yang tua tidaklah begitu berbeda”. (Wawancara dengan Bapak Imam Sanusi, Manajemen Pemasaran. 20 September 2018).

Terlepas dari hal tersebut, menjalin hubungan yang baik dengan semua orang dengan cara saling menghormati merupakan sesuatu yang wajib dilakukan yaitu bisa dengan membangun suasana kekeluargaan, maka tidak akan ada lagi rasa canggung atau timbulnya rasa senioritas. Di

PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, suasana kerja dengan rasa kekeluargaan memang sudah lama diterapkan. Seperti yang dikatakan salah satu karyawan, Riswadi yang baru bekerja selama 1 tahun mengatakan bahwa:

“Walaupun saya masih bisa dikatakan karyawan baru di sini tetapi saya merasa seperti karyawan yang sudah lama bekerja, rasa nyaman dan adanya suasana kekeluargaan yang tercipta antara pegawai lama dan baru membuat saya merasa betah dan selalu bersemangat untuk bekerja. Dan menurut saya tidak ada perbedaan usia disini, semuanya sama saja.” (Wawancara dengan Riswadi, Karyawan. 20 September 2018).

Kemudian hal yang sama juga diungkapkan oleh Febri Ramadana Zapitra yang baru bekerja selama 6 bulan di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, mengatakan bahwa:

“Semua karyawan disini baik tua maupun muda dan yang sudah lama atau yang baru semuanya menyatu dan saling membantu satu sama lain. Sehingga semua pekerjaan dapat terselesaikan dan selalu merasa bersemangat untuk bekerja.” (Wawancara dengan Febri Ramadana Zapitra, Karyawan. 20 September 2018).

Dari pernyataan yang diungkapkan oleh beberapa karyawan tadi, bisa dikatakan bahwa perbedaan usia yang mayoritas karyawannya berusia 30an dan sudah bekerja lama di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru tidak membuat karyawan baru yang berusianya lebih muda merasa canggung untuk bekerja. Rasa saling pengertian dan adanya suasana yang menyenangkan membuat usia tidak berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan yang dihasilkan. Justru ditambah lagi dengan banyaknya kebijakan dari HRD mengenai program-program *employee relations* yang bisa semakin mempererat hubungan seluruh karyawan baik sesama

karyawan maupun antara atasan dan bawahan. Sehingga dengan adanya kegiatan *employee relations* tadi terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta timbulnya rasa semangat dalam diri para karyawan yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas kerja.

C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan temuan-temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan observasi langsung ke PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, ditemukan beberapa poin penting mengenai kegiatan *employee relations* di perusahaan tersebut antara lain:

1. Terdapat beberapa kegiatan *employee relations* yang telah dilakukan oleh PT. Sumatera Kemasindo diantaranya yaitu mengadakan pelatihan kepada karyawan yang berprestasi, mengadakan *regular meeting* yaitu pertemuan antara atasan dengan bawahan guna untuk menjalin silaturahmi dan menanamkan rasa loyalitas dari karyawan, kemudian mengadakan kompetisi antar karyawan guna menjalin kekompakan dalam tim, dan mengadakan kegiatan *gathering* demi mempererat tali silaturahmi sesama karyawan dan manajer perusahaan di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.
2. Terdapat beberapa kebijakan-kebijakan yang dimiliki oleh PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru terhadap karyawan-karyawannya antara lain memberikan fasilitas kepada karyawan dalam artian

memberikan kesempatan kepada para karyawan untuk ikut bergabung dan berhak mendapatkan fasilitas diantara asuransi kesehatan dan keamanan saat bekerja, kemudian menyamaratakan seluruh hak dan kewajiban karyawan yaitu tidak adanya senioritas dan junior dalam hal bekerja, semua dianggap sama dan mendapatkan perlakuan yang sama tidak ada dibeda-bedakan.

Secara keseluruhan dalam praktek kegiatan *employee relations* yang dijalankan oleh perusahaan ini, terlihat bahwa PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru sudah menjalankan perusahaannya sesuai dengan standar prosedural dari sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam memberikan saran, masukan dalam pembuatan keputusan bersama pada saat pertemuan karyawan yang sering dilakukan setiap bulannya menjadi sangat penting.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya mengenai kegiatan *employee relations* PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru beserta kebijakan yang diberikan oleh HRD dari perusahaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan *employee relations* merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan. *Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi yang lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.
2. *Employee relations* atau hubungan dengan kepegawaian merupakan kegiatan yang esensial atau sangat penting dalam menopang lajunya produktivitas suatu perusahaan sehingga akan menghasilkan produktivitas baik dalam bentuk penyelesaian kerja dan lain sebagainya.

3. PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru telah melaksanakan kegiatan *employee relations* dengan sebaik mungkin dan sesuai dengan prosedural dari sebuah perusahaan.
4. Kebijakan yang diberikan oleh pihak HRD perusahaan adalah menyamaratakan seluruh karyawannya dan tidak ada perbedaan golongan maupun lama bekerja, kebijakan yang diberikan oleh HRD tersebut mampu dalam menanamkan loyalitas dari karyawan dan berlangsung dalam guna memperoleh produktivitas yang semakin baik dari PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru.

Selain itu, memberikan perhatian lebih kepada karyawan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang dibutuhkan karyawan, dan saling percaya antara satu dengan yang lainnya tanpa memandang usia dan lama kerjanya, dapat meningkatkan produktivitas kerja pegawai. Hal ini yang terlihat di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, seluruh karyawan mendapatkan porsi perhatian yang setara, sehingga suasana komunikasi yang terjadi menjadi situasi yang menyenangkan dan bersifat kekeluargaan.

Penilaian positif juga datang dari karyawan-karyawan yang mendapatkan perlakuan dari kebijakan yang diberikan oleh pihak HRD, dari karyawan mengenai kegiatan *employee relations* yang diterapkan di PT. Sumatera Kemasindo dapat mendukung usaha peningkatan produktivitas kerja karyawan dan ternyata usia ternyata bukanlah suatu hambatan dalam menghasilkan suatu produktivitas. Hal-hal yang mendukung peningkatan

produktivitas adalah adanya rasa kekeluargaan yang tinggi dan ditambah lagi seringnya perusahaan mengadakan pertemuan antar karyawan sehingga terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta adanya rasa semangat dalam diri para karyawan karena adanya rasa saling percaya satu dan yang lain baik muda maupun yang tua.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis menyampaikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi para karyawan di PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru agar selalu berusaha untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi dengan selalu meningkatkan rasa kekeluargaan yang ada sehingga produktivitas kerjapun tetap meningkat.
2. Bagi pihak PT. Sumatera Kemasindo Pekanbaru, agar dapat menambah kuantitas karyawan dengan merekrut karyawan baru yang berada dalam usia produktif, agar dapat lebih memaksimalkan ide dan kinerja perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat lebih menambah referensi untuk kelengkapan data penelitian dalam hal *employee relations* suatu perusahaan dan bisa melanjutkan penelitian ini kepenelitian kuantitatif ataupun pendekatan lainnya sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bacaan yang mengenai topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggoro, Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan*. PT. Bumi Aksara : Jakarta
- Basrowie & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cetakan Pertama, PT. Rineka Cipta : Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations*. Edisi 8. PT Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta
- Djaja, Danan. 1985. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Alumni : Bandung.
- Effendi, Onong, Uchayana. 2011. *Human Relatation & Public Relations*. Mandar Maju : Bandung
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kriyantono, Rakhmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Kencana : Jakarta
- Mar'at. 1992. *Sikap Manusia: Perubahan Serta Pengukurannya*, Jakarta: Gramedia Media Sarana.
- Marzuki, 2006. *Evaluasi Pembelajaran*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Komunikasi Antarbudaya*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung
- . 2007. *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung
- Moore, Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung
- Ruslan, Rosady. 1997. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo : Jakarta
- . 2006. *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo : Jakarta

Siswanto, Bambang. 1992. *Hubungan Masyarakat, Teori dan Praktik*. Bumi Aksara : Jakarta

Soemirat, Ardianto Soleh Prof, DR, M.S. 2010. *Dasar – Dasar Public Relation*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung

Suryabrata, 2010. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers : Jakarta

Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relation Perusahaan*. Nuansa : Bandung.

Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Pusat Penerbitan Universitas (P2U) : Bandung.

Referensi Skripsi

Erny Ermawati jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2011 (Evaluasi *Employee Relation* dalam Upaya meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Inna Garuda Yogyakarta)

Aris Rahayu Fatimah Mukti jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2011 (*Penerapan Strategi Employee Relations Pada Hotel Elmi Surabaya dalam Rangka Peningkatan Kinerja dan Kualitas Karyawan*)

Jurnal Online

https://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_11_1_October_2014/16.pdf

<http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20Paramitha%20Dessi%20P.pdf>

Sumber Internet

<http://www.pengertianpakar.com/2014/11/pengertian-perusahaan-menurut-para-pakar.html>

http://jdih.kemendag.go.id/files/regulasi/1982/02/UU_3_1982_WDP.pdf.