

PENERAPAN PROGRAM *EMPLOYEE RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN
DI PT. PLN (PERSERO) PUSLITBANG

Risma Kartika
Arwidia Anindito
Faculty of Communication Universitas Pancasila
rismakartika.up@gmail.com
anindito.komunikasi@gmail.com

ABSTRAK

Membangun kesuksesan bagi sebuah perusahaan memerlukan penerapan program yang baik agar publik eksternal dan internal dapat terus setia dan loyal. Penerapan program memberikan motivasi bagi para karyawan merupakan salah satu peranan penting yang dapat membuahkan kinerja yang maksimal dari para karyawan sehingga tercapainya tujuan sebuah perusahaan. Karyawan merupakan aset dalam perusahaan sehingga komunikasi dengan mereka merupakan hal penting untuk dilakukan. Komunikasi perlu dijalin dan dikelola dengan baik, karena dengan berkomunikasi yang tepat, dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Demi untuk meningkatkan gairah kerja, tidak terlepas dari tanggung jawab perusahaan untuk melaksanakan komunikasi yang diarahkan pada tujuan memotivasi karyawan. Berkomunikasi untuk memotivasi ini, dapat diwujudkan dalam bentuk penerapan program *employee relations*. PT PLN (PERSERO) PUSLITBANG sebagai salah satu cabang dari PLN yang bergerak dalam bidang jasa yang memiliki bagian hubungan masyarakat (humas), penerapan-penerapan yang berkaitan dengan membina hubungan dengan karyawan (*employee relations*) yang ditangani oleh bagian tersebut. Tinjauan pustaka yang digunakan mencakup sejumlah konsep mengenai penerapan program *employee relations*, dan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan hasil temuan, humas PT PLN (PERSERO) PUSLITBANG belum menerapkan empat proses pelaksanaan secara menyeluruh. Tapi penerapan program *employee relations* yang dibangun sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh pihak internal, sehingga dapat mendukung motivasi kerja karyawan yang dapat menghasilkan suatu produktivitas.

Kata kunci: Penerapan *employee relations*, hubungan masyarakat, motivasi kerja karyawan

ABSTRACT

Building on the success of a company requires a good Implementation of the program so that the external and internal public can continue to be faithful and loyal. Implementation of the program provide motivation for employees is one of the important role that can produce maximum performance of the employees so that led to the attainment of the objectives of a company. Employees are assets in the company so that communication with them is an important thing to do. Communication needs to be woven and well managed because communication can be directed to achieve the desired goals of the company. In order to improve moral can not be separated from the responsibility of the company to carry out goal-directed communication motivate employees. Communicate to motivate can be realized in the form of employee relations activities. PT PLN (Persero) PUSLITBANG as one branch of a foreign policy that is engaged in services that have public relations (PR), activities related to developing relationships with employee relations are handled by the part. Used literature review includes a number of concepts concerning the application of employee relations, and employee motivation. This study used qualitative methods. This is a descriptive-qualitatif study. Based on the findings, PR PT PLN (Persero) PUSLITBANG not apply four overall implementation proces. But employee relations activities have been very well built. It can be seen from the many programs that have been conceived and developed by internal parties, so as to support employee motivation which can produce a productivity.

Keywords: Applications of employee relations, public relations, employee motivation.

PENDAHULUAN

Peran komunikasi timbal balik dalam perusahaan masa kini adalah hal yang mutlak, peran tersebut biasanya diserahkan kepada humas, hal tersebut yang membuat humas adalah mengemban fungsi dan tugasnya dalam melakukan hubungan komunikasi ke dalam dan ke luar.

Menurut Morissan (2010:107) organisasi atau perusahaan dalam bentuknya yang paling maju saat ini sudah menggunakan peran *Public Relations* sebagai salah satu cara untuk memecahkan masalah yang

dihadapi sehingga PR sering juga disebut sebagai suatu kegiatan untuk memecahkan masalah.

Di era komunikasi, era informasi, era perang citra atau apapun namanya sekarang ini, peranan PR semakin diperlukan karena berfungsi sebagai “jembatan komunikasi” antara suatu organisasi dengan lembaga lain serta berbagai elemennya yang bertujuan untuk terjadi saling pengertian antara kedua belah pihak dan akhirnya terciptanya citra positif serta dukungan publik terhadap keberadaan organisasi tersebut (Ardianto, 2009:27). Berkaitan dengan hal tersebut, maka keberadaan bagian humas atau PR dituntut untuk menangani usaha meningkatkan kemajuan dalam meraih citra positif perusahaan.

Humas PT. PLN (Persero) PUSLITBANG berfungsi sebagai fasilitator komunikasi dengan memelihara citra perusahaan dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan publik internal dan publik eksternal yang termasuk kedalam publik internal ialah karyawan. Berkaitan dengan hal tersebut maka terdapatlah hubungan khusus dengan mereka yakni hubungan dengan karyawan (*employee relations*).

Komunikasi yang efektif akan membuat hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawannya. Karena jika hubungan keduanya kurang baik, maka hal tersebut dapat menyebabkan kegagalan perusahaan dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada karyawannya. Moore (2005:347) menyatakan bahwa kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijaksanaan dan perkembangan perusahaan yang memengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalahpahaman, desas-desus palsu, dan kecaman. Sehingga di dalam hal ini humas sebagai fasilitator komunikasi berperan dalam membangun dan menjaga hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dan karyawannya.

Morissan (2010:188) menyatakan salah satu bentuk dari komunikasi yang dapat dilakukan perusahaan kepada karyawannya adalah lewat bentuk-bentuk kegiatan *employee relations* yang dilaksanakan perusahaan. Kegiatan komunikasi dalam bentuk *employee relations* ini selain diarahkan untuk menciptakan hubungan baik antara pimpinan dengan karyawan perusahaan juga dapat diarahkan sebagai upaya untuk memotivasi para karyawan.

Melalui program *employee relations* tersebut diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas, dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin (Ruslan 2010:272-273).

Melalui forum program *employee relations* seluruh persoalan menyangkut hubungan kerja dan permasalahan kepegawaian dibahas dan dicarikan penyelesaiannya untuk kepentingan PT. PLN (Persero) PUSLITBANG. Karena PT. PLN (Persero) PUSLITBANG pedoman kerja dan etika dalam melaksanakan kerjasama dengan semua karyawan untuk kepentingan bersama.

Dikaitkan dengan perencanaan *employee relations* yang merupakan acuan fungsi kehumasan maka kegiatan dimulai dari pembenahan organisasi internal hingga kegiatan bersifat membangun citra perusahaan. Secara operatif strategi *employee relations* merupakan fungsi khusus manajemen artinya bagian *employee relations* membantu memelihara aturan bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan keluar agar tercapai saling pengertian atau kerjasama antara organisasi dan publiknya. Termasuk di dalamnya mengidentifikasi dan menanggapi opini publik yang sesuai atau tidak dengan kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh lembaga/organisasi bersangkutan, juga membantu fungsi manajemen

dalam mengantisipasi, memonitor, dan memanfaatkan berbagai kesempatan, serta tantangan atau perubahan yang terjadi di dalam publiknya (Ruslan, 2010:130).

Bagi sebuah perusahaan, program *employee relations* sangatlah diperlukan, karena selain dapat membina hubungan yang baik antara sesama karyawan dan perusahaan, program *employee relations* juga dapat memotivasi kerja karyawannya.

Hubungan dan komunikasi yang baik bagi karyawan merupakan salah satu dari aspek dalam memotivasi kerja karyawan. Smith (2005:4) menyatakan bahwa untuk memotivasi karyawan dalam bekerja diperlukan strategi komunikasi internal. Komunikasi internal yang baik dapat menggerakkan para karyawan agar memiliki gairah kerja yang lebih baik dan menciptakan motivasi pada diri mereka. Tugas humas pada masalah ini adalah untuk membangun relasi atau hubungan yang baik dengan karyawan. Perlu dilakukan aktivitas-aktivitas humas untuk memotivasi kinerja karyawan. Tugas humas lainnya untuk membangun citra atau *image* terhadap publik internalnya yaitu karyawan. PR merupakan fungsi manajemen yang memusatkan perhatian pada interaksi jangka panjang antara organisasi dengan *public* yang berkaitan dengan organisasi untuk memperoleh *goodwill*, pengertian yang saling menguntungkan.

PLN PUSLITBANG yang merupakan salah satu perusahaan sub bidang yang bergerak dalam pelayanan jasa ketenagalistrikan tentunya tidak hanya memberikan pelayanan yang baik buat para konsumennya, tetapi juga memberikan pelayanan yang baik dan maksimal bagi karyawannya. Dalam usaha meningkatkan gairah kerja, mengatasi kebosanan dan kepenatan serta menggerakkan karyawan agar dapat bekerja sebaik mungkin tidak terlepas dari tanggung jawab perusahaan untuk melaksanakan program yang dapat diarahkan pada tujuan untuk

memotivasi. Harapan, sikap, dan pandangan para karyawan mengenai bagaimana perusahaan menangani dan berkomunikasi kepada mereka sangat mungkin melebihi dari apa yang diberikan perusahaan sehingga untuk dapat melakukannya tidak terlepas dari adanya suatu badan yang dapat melaksanakannya dengan baik untuk dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Program tersebut dikelola dan dijalankan oleh orang-orang yang memang paham seluk beluk perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan dengan baik.

Bentuk-bentuk kegiatan untuk memotivasi karyawan sudah pasti tidak sama untuk setiap perusahaan, mengingat masing-masing memiliki karakteristiknya dan kebutuhannya. Hal yang mendapat perhatian adalah perencanaan dan pelaksanaannya berpijak pada pedoman dasar program *employee relations* yang benar dan di tunjang pengelolaan yang baik oleh pihak-pihak yang kompeten. Oleh karena itu disinilah diperlukan peranan humas dalam melakukan program *employee relations* bagi PLN PUSLITBANG. Hal tersebut dapat dilihat dalam data internal kepuasan karyawan dalam bentuk *employee satisfaction statistic* menjelaskan bahwa pada tahun 2012 s/d 2013 mengalami kestabilan namun pada tahun 2014 mengalami penurunan 1% dalam kepuasan kerja karyawan.

KAJIAN PUSTAKA

A. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat suatu perusahaan berfungsi dalam membangun hubungan yang baik dengan khalayaknya secara eksternal maupun internal. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom (2011:1) bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat

antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Seperti halnya di dalam lingkup PLN PUSLITBANG, humas berfungsi dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara karyawan dan pimpinan.

Salah satu dari beberapa *newsteler* mendeskripsikan apa yang dilakukan *public relations* dalam lingkungan organisasi (Ruslan, 2011:5):

Public relations adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerjasama antara organisasi dan publiknya; PR melibatkan manajemen problem atau manajemen isu; PR membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik; PR membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan PR dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan dini untuk mengantisipasi arah perubahan (*trends*); dan PR menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya.

Dengan kata lain humas bertindak sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Cutlip, Center dan Broom (2011:47) menjelaskan bahwa fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (*liaison*), *interpreter*, dan mediator antara organisasi dan publiknya. Sama halnya dengan definisi humas menurut Moore (2005:55) menyatakan bahwa tujuan dasar humas adalah untuk mengukur, menganalisis, dan memengaruhi opini publik, yang berkembang dari sikap individu-individu yang membentuk publik.

Saat ini hampir seluruh perusahaan mempunyai divisi humas dalam jajaran organisasinya. Meskipun terkadang setiap perusahaan menamakan divisi tersebut dengan nama yang berbeda-beda. Divisi humas memiliki beberapa peranan sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan. Staf humas tersebutlah yang bertindak menjalankan aktivitas-aktivitas kehumasan di dalam perusahaan. Moore (2005:150) menyatakan bahwa:

“Staf humas bertanggung jawab terhadap perencanaan aktivitas aktivitas humas, menetapkan media komunikasi dan membantu serta menasehati eksekutif lini (*line executive*) dalam melaksanakan tanggung jawab administratif untuk humas, mengkoordinasi dan mempersatukan fungsi-fungsi, menghilangkan duplikasi aktivitas-aktivitas, menjamin suatu program yang seimbang, dan menyajikan keterampilan khusus yang esensial dalam memproduksi materi komunikasi”.

Divisi humas tersebutlah yang menjadi fasilitator komunikasi dan membangun hubungan dengan publiknya. Baik itu publik eksternal maupun publik internal. Menurut Widjaja (2008:71) menyatakan bahwa dalam hubungan masyarakat terbagi atas dua salah satunya adalah

“Hubungan masyarakat ke dalam (*internal public*). Dalam hubungan masyarakat ke dalam ini, ada komunikasi vertikal (atas bawah) dan komunikasi horizontal (bawah atas). *Employee relations* merupakan salah satu bentuk hubungan masyarakat ke dalam (*public internal*)”.

B. *Employee Relations* (Hubungan Karyawan)

Employee relations adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja (karyawan atau pegawai) di dalam suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya (Cutlip *dkk.*,2011 dalam Ruslan, 2010).

Employee relations sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas. Humas adalah kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi (Widjaja, 2008:53).

Employee relations tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses produksi, dan upah yang terkait dengan

lingkungan kerja. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif (Ruslan, 2010:271).

Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi dan komunikasi karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian 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 pelaksanaan organisasi adalah penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya akan menimbulkan kesalahpahaman, desas desus, 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, 2005:347).

Perencanaan merupakan bagian penting dalam hubungan karyawan (*employee relations*), mencakup hal-hal seperti menetapkan tujuan yang hendak dicapai, mempertimbangkan alternatif. Memutuskan arah tindakan serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan (Anggoro, 2008: 211).

Pelaksanaan program *employee relations* yang tepat dalam suatu organisasi merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki kekuatan mengelola sumber daya manusia dan lain sebagainya demi pencapaian tujuan komunikasi. Komunikasi ke dalam dengan melalui program *employee relations* tersebut diharapkan akan

menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan (Ruslan, 2010:250).

Bentuk penerapan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Program pendidikan dan pelatihan
Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.
2. Program motivasi kerja berprestasi
Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), dimana melalui pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas tinggi.
3. Program penghargaan
Program penghargaan yang dimaksud adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) dalam memberikan suatu penghargaan kepada karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.
4. Program acara khusus (*special event*)
Suatu program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka *event* ulang tahun perusahaan diadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara sesama karyawan dan pimpinan.
5. Program media komunikasi internal
Membentuk media komunikasi internal melalui buletin, *news release* (majalah dinding), dan majalah perusahaan yang berisikan pesan. Informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan (Ruslan, 2010:278-279).

Dengan demikian program *employee relations* merupakan hasil dari sebuah perencanaan humas guna mencapai sasaran yang diharapkan. Ketika membuat perencanaan, tentunya terdapat proses-proses yang harus dilakukan oleh humas dalam sebuah perusahaan. Cutlip dkk (2011:321) menyatakan bahwa terdapat empat proses yaitu:

1. Mendefinisikan masalah
Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi (Cutlip dkk., 2011:320). Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi, yaitu *what's our problem?* (apa yang menjadi problem kita)
2. Perencanaan dan pemrograman
Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran. Tahap ini akan memberi jawaban atas pertanyaan, "*What should we do and why*" (Cutlip dkk., 2011:320).
3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi
Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Tahap ini menjawab pertanyaan, "*How do we do it and say it?*" (Cutlip dkk., 2011:320).
4. Mengevaluasi Program
Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari sebuah program (Cutlip dkk., 2011:320).

Selain itu, Morissan (2010:230) menyatakan bahwa suatu evaluasi tidak dapat dikatakan lengkap tanpa memberikan penilaian atas masing-masing tingkatan sebagai berikut:

- 1) Evaluasi tahap persiapan memberikan penilaian atas kualitas informasi dan kecukupan informasi serta perencanaan strategi yang telah dilakukan
- 2) Evaluasi tahap pelaksanaan menilai kelengkapan taktik dan kecukupan usaha yang telah dilakukan

- 3) Evaluasi terhadap dampak memberikan penilaian atas efek yang dihasilkan dari suatu program kehumasan yang telah dilaksanakan

Seorang PR (*Public Relations*) harus berkomunikasi langsung dengan para karyawan, ia harus senantiasa mengadakan kontak pribadi. Hanya dengan demikian timbang rasa, pengertian bersama dan kepercayaan dari mereka dapat dipelihara dan dibina. Dengan senantiasa berkomunikasi dengan mereka, yakni mendatangi mereka dan bercakap-cakap dengan mereka akan dapat diketahui sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, dan perasaannya. Kasali (2008:85) menjelaskan bahwa banyak praktisi PR (*Public Relations*) yang sering melupakan proses pendefinisian masalah, perencanaan dan pemograman. Akan tetapi mereka langsung masuk ke tahap tiga, yaitu langsung melakukan aksi dan komunikasi berdasarkan asumsi pribadi.

Salah satu faktor yang memiliki hubungan positif dengan kegiatan *employee relations* adalah motivasi, seperti yang dikatakan oleh Ruslan (2010:250-251) sebagai berikut:

“Membina hubungan yang positif antarkaryawan (*employee relations*), dan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya, sehingga akan tumbuh *corporate culture* (budaya perusahaan) yang mengacu kepada disiplin dan motivasi kerja, profesionalisme yang tinggi, serta memiliki *sense of belonging* terhadap perusahaan yang baik”.

C. Motivasi Kerja

Motivasi sebagai proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Motivasi juga dapat diartikan sebagai dorongan (*driving force*) dimaksudkan sebagai desakan yang alami untuk memuaskan dan mempertahankan kehidupan (Samsudin, 2005:73).

Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) karyawan dalam menghadapi situasi kerja di perusahaan. Motivasi merupakan kondisi atau

energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Sikap mental karyawan yang positif terhadap situasi kerja itulah yang memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kinerja maksimal (Mangkunegara, 2010:61).

Bagi setiap individu sebenarnya memiliki motivasi yang mampu menjadi spirit dalam memacu dan menumbuhkan semangat kerja dalam bekerja. *Spirit* yang dimiliki oleh seseorang tersebut dapat bersumber dari dirinya maupun dari luar, dimana kedua bentuk tersebut akan lebih baik jika dua-duanya bersama-sama ikut menjadi pendorong motivasi seseorang (Fahmi, 2013:107).

Motivasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang tercakup di dalam situasi menemui kebutuhan dan tujuan-tujuan. Motivasi intrinsik timbul dari dalam diri individu, misalnya keinginan untuk mendapatkan keterampilan tertentu, memperoleh informasi dan pengertian, mengembangkan sikap untuk berhasil, menyenangkan kehidupan, dan lain-lain. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang disebabkan oleh faktor-faktor dari luar situasi belajar, seperti angka kredit, ijazah, tingkatan hadiah, dan persaingan yang bersifat negatif (Laksamana, 2010:14).

Pemimpin di suatu organisasi memiliki peran kuat dalam membangun dan menumbuhkan semangat motivasi di kalangan karyawan. Pemberian semangat motivasi setiap individu berbeda-beda, dan semua itu bisa disesuaikan dengan keadaan dan kondisi dimana individu yang bersangkutan berada (Fahmi, 2013:116).

Pemimpin menyadari dengan memiliki karyawan yang berkualitas serta bermotivasi tinggi dalam bekerja adalah sebuah aset yang bernilai tinggi. Namun permasalahan lain akan timbul jika seandainya karyawan

yang berkualitas tersebut sering meninggalkan tempat kerja (Fahmi, 2013:117).

Motivasi dan produktivitas adalah suatu bagian yang saling terkait satu sama lainnya. Peningkatan motivasi kerja akan mempengaruhi peningkatan produktivitas, dan begitu pula sebaliknya, dimana setiap perusahaan menginginkan hasil produktivitas yang berkualitas yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *knowledge, skills, abilities, attitudes, dan behaviors* (Fahmi, 2013:116).

Suatu perencanaan dan pengendalian yang baik tidak akan diperoleh dengan maksimal jika seandainya itu tidak dapat dikomunikasikan dengan baik kepada para karyawan. Ini disebabkan karyawan memegang andil besar dalam mewujudkan perencanaan terlaksana sesuai harapan dari berbagai pihak, khususnya harapan perusahaan (Fahmi, 2013:132).

Dalam proses perencanaan yang diinginkan sebuah perusahaan dalam memotivasi karyawannya, ada beberapa teknik yang harus dilakukan, antara lain adalah sebagai berikut:

1) Teknik pemenuhan kebutuhan karyawan

Pemenuhan kebutuhan karyawan merupakan fundamen yang mendasari perilaku kerja.

2) Teknik komunikasi persuasif

Teknik komunikasi persuasif merupakan salah satu teknik memotivasi kerja karyawan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi pegawai secara ekstralogis. Dimana menurut Mangkunegara (2010:101-102), teknik ini dirumuskan sebagai berikut:

- A = Attention (Perhatian)
- I = Interest (Minat)
- D = Desire (Hasrat)
- D = Decision (Keputusan)
- A = Action (Aksi)

S = Satisfaction (Kepuasan)

Melalui empat tahapan perencanaan yang dilalui oleh humas PLN PUSLITBANG, dapat dijelaskan bahwa masing-masing langkah memiliki peranan penting, namun proses itu dimulai dengan pengumpulan data untuk mendiagnosis masalah. Informasi dan pemahaman yang terbentuk di langkah pertama akan mendorong dan memandu langkah berikutnya dalam proses tersebut.

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* sebagai pandangan mendasar bagi peneliti. Salim (2006:70) menyatakan paradigma *post-positivisme* ini bahwa secara ontologis, cara pandang aliran ini bersifat *critical realism*. Sebagaimana cara pandang kaum realis, aliran ini juga melihat realitas sebagai hal yang memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, namun menurut aliran ini, adalah mustahil bagi manusia (peneliti) untuk melihat realitas secara benar. Oleh karena itu, secara metodologis pendekatan eksperimental melalui observasi dipandang tidak mencukupi, tetapi harus dilengkapi dengan metode triangulasi, yaitu penggunaan beragam metode, sumber data, periset dan teori.

B. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2011:2).

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda; kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden; dan ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2013:9).

Dengan digunakan metode kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai (Sugiyono, 2011:181).

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menjabarkan fakta-fakta, populasi atau objek penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kriyantono, 2010:69).

Berdasarkan sifatnya, penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Karena itu, laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data penelitian tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *video tape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi pendukung lainnya (Moleong, 2013: 11).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data temuan, penerapan program *employee relations* oleh humas PLN PUSLITBANG dalam meningkatkan motivasi kerja akan peneliti jabarkan sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom (2011:321), yaitu mendefinisikan masalah, perencanaan

dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program.

Karyawan di dalam suatu perusahaan merupakan asset yang sangat penting dalam menggerakkan dan memajukan perusahaan. Tanpa adanya karyawan sebagai sumber daya manusia yang menjadi bagian dari unit usaha perusahaan yang membantu menggerakkan perusahaan, maka dari itu menjalin hubungan yang baik dengan karyawan melalui penerapan kegiatan humas melalui program *employee relations* dirasa menjadi bagian yang sangat penting karena bisa menimbulkan rasa motivasi yang tinggi sehingga timbul produktivitas kerja yang gaus nantinya.

Penerapan program *employee relations* untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan karena hal tersebut merupakan dasar yang dibutuhkan seorang karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Oleh karena itu PLN PUSLITBANG perlu melakukan penerapan program *employee relations* guna memotivasi karyawannya. Salah satunya adalah mengadakan program-program yang dapat memotivasi kerja karyawan PLN PUSLITBANG. PLN PUSLITBANG telah menjalankan fungsinya dengan baik, yaitu sebagai jembatan komunikasi buat para karyawannya. Hal tersebut dilihat dari penerapan program *employee relations* untuk memotivasi kerja karyawannya, yaitu dengan membuat program bagi karyawannya.

Kemudian ketika membuat penerapan program *employee relations*, humas PLN PUSLITBANG telah melakukan fungsi lainnya, yaitu sebagai fasilitator komunikasi. Karena humas PLN PUSLITBANG telah menerapkan *action plan* yang membuat permasalahan di PLN PUSLITBANG dapat diatasi dengan pembentukan program *employee relations* yang diperuntukkan bagi karyawannya.

1. Mendefinisikan Masalah

PLN PUSLITBANG sebagai salah satu perusahaan berpengalaman di bidang jasa layanan ketenagalistrikan tentu menghadapi berbagai situasi dan tantangan yang mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kualitas serta pelayanan terhadap pelanggan, apalagi dengan banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang yang sama. Oleh karena itu, humas yang menjadi fungsi penerapan program *employee relations* dari PLN PUSLITBANG berusaha terus menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijaksanaan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya.

Langkah awal sebelum humas PLN PUSLITBANG membuat sebuah kegiatan adalah melakukan penelitian atau observasi dahulu dengan mengacu pada masalah kecenderungan apa yang dihadapi oleh karyawan. Pada dasarnya langkah tersebut telah menjawab pertanyaan mendasar dalam tahap pendefinisian masalah yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom, yaitu *whats happening now*.

Berdasarkan hasil temuan, humas PLN PUSLITBANG mengikuti apa yang manajemen inginkan yang sebelumnya dilakukan survei oleh bagian SDM sebelum membuat penerapan program *employee relations*. Kesimpulannya, bahwa terdapat permasalahan yang melatarbelakangi humas PLN PUSLITBANG membuat program *employee relations*, yaitu kurangnya motivasi pegawai untuk mengikuti kegiatan tersebut. Kemudian dari hal itu diciptakan, maka dibuatlah solusi oleh bagian manajemen yaitu diadakan *reward* sehingga antusias para pegawai untuk mengikuti program tersebut dapat meningkat.

Kemudian untuk program *employee gathering*, melihat kegiatan tersebut merupakan penerapan program *employee relations* yang tidak diawali dengan melakukan penelitian terlebih dahulu, sehingga humas dapat

melaksanakan kegiatan tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh karyawan.

2. Merencanakan dan Pemograman

Pada tahap perencanaan dan pemograman ini, humas PLN PUSLITBANG telah menjawab pertanyaan pernyataan mendasar dalam tahap perencanaan dan pemograman, yaitu *what should we do and why*. Karena setelah menentukan permasalahan yang terjadi, humas berdiskusi dengan pihak manajemen dan membuat sebuah program kegiatan yang akan dilaksanakan berdasarkan masalah tersebut. Penerapan program *employee relations* dan *action plan* yang menjadi jawaban atas pertanyaan mendasar pada tahap perencanaan dan pemograman ini.

Pada hal ini humas PLN PUSLITBANG telah menetapkan program *employee relations* guna memotivasi karyawannya berdasarkan permasalahan yang ada. Program tersebut antara lain *tea morning* dan *reward* kemudian humas PLN PUSLITBANG juga membuat program yang didasarkan pada yang sudah menjadi agenda rutin tiap tahunnya, yaitu *employee gathering*.

Kegiatan seperti *employee gathering* di dasarkan pada waktu saja, karena *employee gathering* merupakan bagian dari acara rutin tahunan PLN PUSLITBANG. Oleh karena itu, kegiatan tersebut menjelaskan bahwa perhatian akan mengubah sikap dan perilaku mereka serta produktivitas dapat meningkat apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya

Program *employee relations* dalam *tea morning* dan *reward*, dimana kedua program tersebut merupakan program acara khusus bagi karyawan. Maka dari hal itu dengan adanya program *employee relations* tersebut humas PLN PUSLITBANG mengharapkan hubungan bawahan dengan atasan dapat berjalan dengan baik sehingga para karyawan dapat meningkatkan

pula kepuasan kerja diri karyawan sehingga mempertinggi motivasi bekerja yang akan berpengaruh pada meningkatnya perusahaan.

Program *employee relations* ini tidak ada penjadwalan hari atau jam khusus dalam pelaksanaan kegiatannya, namun pasti dilakukan berkala setiap satu bulan sekali, semua waktu, hari, dan tempat diserahkan langsung pada atasan. Atasan menginstruksikan bawahannya untuk berkumpul dan mendiskusikan materi serta persoalan-persoalan yang tengah dihadapi.

3. Mengambil tindakan dan Berkomunikasi

Pada tahap ini humas PLN PUSLITBANG bertugas bukan hanya sebagai penyampai informasi manajemen perusahaan kepada publiknya melainkan juga merupakan saluran informasi dari publik kepada perusahaan. Taktik yang digunakan oleh humas PLN PUSLITBANG adalah dengan menggunakan media internal yaitu mading dan TV, masing-masing sebagai wadah informasi bagi karyawan.

Secara keseluruhan dalam program *employee relations* yang dijalankan humas PLN PUSLITBANG memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk ikut dalam berpartisipasi dalam memberikan konstibusi dan talentanya. Selain itu, perhatian lebih kepada karyawan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang dibutuhkan karyawan, sehingga dapat meningkatkan motivasi produktivitas kerja pegawai.

Motivasi yang timbul dari karyawan pun didasarkan dari keterlibatannya atas program *employee relations*, hal inilah sebagai salah satu faktor utama yang memotivasi kerja karyawan, yaitu merasa dilibatkan secara langsung. Motivasi dan produktivitas adalah suatu bagian yang saling terkait satu sama lainnya. Peningkatan motivasi kerja akan mempengaruhi peningkatan produktivitas, dan begitu pula sebaliknya,

dimana setiap perusahaan menginginkan hasil produktivitas yang berkualitas yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *knowledge, skills, abilities, attitudes, dan behaviors*.

Pelaksanaan dalam program *employee relations* dalam lingkup memotivasi karyawan adalah:

1. Program pelatihan yaitu mendukung terbentuknya karakteristik perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi.
 2. Program penghargaan yaitu mendorong karyawan mengembangkan kinerjanya dan memotivasi karyawan bekerja lebih giat karena mereka merasa terlibat dan dihargai keberadannya.
 3. Program motivasi kerja yaitu menciptakan sebuah penilaian yang baik sehingga mendorong motivasi karyawan meningkat
 4. *Special event* yaitu mendorong kedekatan, kerjasama, kekompakan, dan juga membentuk keterbukaan serta persamaan antar karyawan dengan pimpinan melalui interaksi langsung secara bersama-sama.
 5. Media internal yaitu menciptakan komunikasi internal yang lebih mudah, mendekatkan antar karyawan juga dengan pimpinan serta mendorong koordinasi pekerjaan lebih efisien.
4. Mengevaluasi program.

Secara keseluruhan, humas PLN PUSLITBANG telah melakukan evaluasi sesuai dengan tiga tahap evaluasi yang dikemukakan oleh Morissan, yaitu evaluasi tahap persiapan, evaluasi tahap pelaksanaan dan evaluasi tahap efek. Evaluasi tahap persiapan dengan melalui survei terlebih dahulu dan rapat koordinasi seluruh manajemen sehingga dengan mudah humas dalam menentukan penerapan *employee relations* yang akan dibuat karena mengacu pada permasalahan yang diteliti dengan pihak manajemen. Kemudian evaluasi perencanaan menambahkan apa yang

sudah ada secara garis besar memperbaiki hal dalam unsur informasi sehingga para karyawan semakin mengetahui hal baru yang ada di lingkungan perusahaan.

Selanjutnya evaluasi tahap pelaksanaan adalah dengan melihat jumlah peserta yang mengikuti, bagaimana pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut, koordinasi antara panitia dan berbagai hal ketika acara sedang berlangsung. Hal-hal yang ada dalam evaluasi tahap pelaksanaan inilah yang akan dilaporkan pertanggungjawaban humas PLN PUSLITBANG kepada manajemen,

Pada tahap evaluasi, tidak semua kegiatan-kegiatan *employee relations* tersebut dilakukan penilaian akhir oleh humas PLN PUSLITBANG, kegiatan diklat dan *reward* saja yang dilakukan evaluasi tahap efek. Evaluasinya hanyalah melihat perkembangan dan perubahan karyawan dalam mengikuti dan memberi kontribusi yang baik di PLN PUSLITBANG. Semestinya humas PLN PUSLITBANG tidak hanya mengevaluasi dengan melihat perkembangan dan ikut serta karyawan saja, akan tetapi mendengarkan pendapat mereka secara langsung mengenai program *employee relations*.

Sehingga humas PLN PUSLITBANG dapat melihat perkembangan dan perubahan para karyawannya secara keseluruhan. Kemudian dengan ditiadakannya evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan seperti olahraga, *tea morning* dan *employee gathering* dapat berdampak buruk bagi pelaksanaan program humas yang akan datang. Karena dengan tidak adanya evaluasi terhadap program tersebut, humas PLN PUSLITBANG tidak pernah mengetahui kekurangan dalam kegiatan tersebut. Dengan itu, evaluasi perlu dilakukan guna sebagai acuan untuk melaksanakan program *employee relations* yang serupa pada masa mendatang.

Berangkat dari hal itu, jika penilaian positif dari karyawan mengenai kegiatan *employee relations* yang diterapkan PLN PUSLITBANG dapat mendukung usaha peningkatan produktivitas kerja karyawan. Hal-hal yang mendukung produktivitas adalah adanya *feedback* dari terselenggaranya program *employee relations* sehingga membuat para karyawan semakin termotivasi untuk mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut dan bukan tidak mungkin terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan, serta adanya rasa semangat dalam diri para karyawan karena adanya rasa efek saling membutuhkan.

Dari pembahasan diatas terlihat bahwa hanya beberapa program yang melewati empat proses pelaksanaan humas, sehingga dapat dikatakan bahwa penerapan program *employee relations* tidak diterapkan secara menyeluruh untuk beberapa program *employee relations*, padahal empat proses tersebut sangat penting untuk dilakukan secara bertahap, karena berkaitan dengan kesuksesan atau kegagalan kegiatan *employee relations* bagi para pegawai PLN PUSLITBANG.

Tidak diterapkan empat proses pelaksanaan dalam humas secara bertahap dikarenakan beberapa program *employee relations* tersebut didasarkan pada asumsi pribadi humas PLN PUSLITBANG, sehingga secara tidak langsung, humas PLN PUSLITBANG menetapkan program *employee relations* yang didasarkan pada asumsi pribadinya tanpa melewati proses-proses yang seharusnya diterapkan. Hal tersebut sesuai dengan yang Kasali (2008:85) menjelaskan bahwa banyak praktisi PR yang sering melupakan proses pendefinisian masalah, perencanaan dan pemograman. Akan tetapi mereka langsung masuk ke tahap tiga, yaitu langsung melakukan aksi dan komunikasi berdasarkan asumsi pribadi.

PENUTUP

Penerapan program *employee relations* merupakan progra yang penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan. *Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari humas internal. Penerapan program *employee relations* yang dibangun sudah sangat baik hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh pihak internal PLN PUSLITBANG. Seperti banyaknya fasilitas media, banyaknya program antara lain olahraga, *tea morning*, pelatihan, *reward* dan *employee gathering* semua itu ditunjukkan untuk mempererat hubungan seluruh karyawan baik sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan. sehingga dengan adanya kegiatan *employee relations* tadi terciptalah motivasi, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta timbulnya *team building* dalam diri karyawan yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas kerja.

Proses yang dilakukan humas PLN PUSLITBANG melalui program *employee relations* telah berupaya melakukan empat proses penerapan secara bertahap untuk beberapa program.

Hal yang dilakukan pertama dengan pendefinisian masalah yang melihat kasus dari hasil survei dan observasi di dalam PLN PUSLITBANG. Kedua adalah perencanaan dan pemograman dengan menetapkan program publik dan *action plan* program *employee relations*. Ketiga, yaitu melakukan tindakan dan berkomunikasi dengan memberikan inovasi terbaru terhadap fasilitas dan juga menerapkan program kegiatan tersebut dengan para karyawan. Keempat adalah evaluasi yaitu dengan mengevaluasi persiapan dan pelaksana kegiatan-kegiatan tersebut serta melihat perkembangan karyawan setelah penerapan program *employee relations*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. (2008). *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro. (2009). *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Padjajaran
- Cutlip, Scoot M, dkk. (2011). *Effective Public Relations*. Wisconsin: Prentice Hall
- Fahmi, Irham. (2013). *Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi, dan Kasus*. Bandung : Alfabeta.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Kasali, Rhenald. (2008). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- Laksamana, Agung. (2010). *Internal Public Relations*. Jakarta : Republika Penerbitan
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2010). *Seni Komunikasi : Membangun Pengertian di Tempat Kerja*. Bandung : Refika Aditama
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Remaja Rosdakarya
- Moore, H Frazier. (2005). *Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Prenada Media Group
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : Rajagrafindo Persada
- _____. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Rumanti, Maria Assumpa. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

- Samsudin, Sadili. (2005). *Membangun Pengertian di Tempat Kerja*. Jakarta : Prestasi Pustaka
- Salim, Agus (2006). *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Smith, Ronald. (2005). *Strategic Planning for Public Relations*. New Jersey: Baum Associates
- Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Rosdakarya
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Widjaja, H. A. W. (2010). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta :Bumi Aksara