



JEMSI:
Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem
Informasi

E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916

<https://dinastirev.org/JEMSI> dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Peran *Employee Realtions* Untuk Meningkatkan Citra Positif Perusahaan

Vrankliyn Tataung¹, Melly Ridaryanthi²

¹Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia, harsaya99@gmail.com

²Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia, melly@mercubuana.ac.id

Corresponding Author: harsaya99@gmail.com¹

Abstract: This research will be studied using a post-positivism paradigm. Using qualitative and descriptive research methods, data was collected through interviews and documentation studies for further processing and analysis. The results of the first analysis show that the company's efforts to improve the management and development of the quality of human resources include carrying out a planning analysis of the education and training needs required by all company work units, and involving employees in external education and training institutions that have an adequate reputation, while The level of the company's efforts to improve the management and development of the quality of human resources in improving the company's positive image, the majority of the efforts are medium indirect, the relatively large portions are minimal indirect efforts, and the relatively small portions are direct medium efforts and direct optimal efforts respectively. The results of the second analysis, the company's efforts to carry out reward program activities and provide support for employee work motivation include, among other things, giving awards to employees who excel periodically in each company work unit and involving work unit leaders to take part in achievement motivation training at training institutions that have adequate reputation, while the level of the company's efforts to carry out reward program activities and provide support for employee work motivation in improving the company's positive image, most of the efforts are medium indirect, some are relatively small direct optimal efforts and some are minimal indirect efforts. The results of the third analysis, the company's efforts to carry out gathering program activities and internal communication media programs, include carrying out family gatherings which are attended by all employees and employees' families and using internal communication media to socialize company values, while the level of company efforts to carry out gathering and program activities Internal communication media in improving the company's positive image are mostly direct media, some are quite small, at least indirect and medium indirect, and a very small part is optimally direct. The research results concluded that the role of employee relations in the company is not completely meaningful in improving the company's positive image.

Keyword: *Employee Relations, Company Image, Company Efforts*

Abstrak: Penelitian ini akan dikaji dengan menggunakan paradigma post-positivisme. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi dokumentasi untuk selanjutnya diolah dan dianalisis. Hasil analisis pertama menunjukkan bahwa upaya perusahaan dalam meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia antara lain dengan melakukan analisis perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang dibutuhkan oleh seluruh unit kerja perusahaan, serta mengikutsertakan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang memiliki reputasi yang memadai, sedangkan tingkat upaya perusahaan dalam meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia dalam meningkatkan citra positif perusahaan, sebagian besar upayanya berupa upaya tidak langsung sedang, sebagian besar merupakan upaya tidak langsung minimal, dan sebagian kecil merupakan upaya langsung sedang dan upaya langsung optimal. Hasil analisis kedua, upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program reward dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan antara lain memberikan penghargaan kepada karyawan berprestasi secara berkala di setiap unit kerja perusahaan dan melibatkan pimpinan unit kerja untuk mengikuti pelatihan motivasi berprestasi di lembaga pelatihan yang memiliki reputasi memadai, sedangkan tingkat upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program reward dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan dalam meningkatkan citra positif perusahaan, sebagian besar upayanya bersifat medium indirect, sebagian besar upaya optimal langsungnya relatif kecil dan sebagian lagi upaya tidak langsungnya minimal. Hasil analisis ketiga, upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal, antara lain melaksanakan family gathering yang diikuti oleh seluruh karyawan dan keluarga karyawan serta menggunakan media komunikasi internal untuk mensosialisasikan nilai-nilai perusahaan, sedangkan tingkat upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan gathering dan program media komunikasi internal dalam meningkatkan citra positif perusahaan sebagian besar merupakan media langsungnya, sebagian cukup kecil yaitu minimal tidak langsung dan medium tidak langsung, serta sebagian sangat kecil yaitu optimal langsungnya. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa peran hubungan karyawan dalam perusahaan belum sepenuhnya bermakna dalam meningkatkan citra positif perusahaan.

Kata Kunci: Hubungan Karyawan, Citra Perusahaan, Upaya Perusahaan

PENDAHULUAN

Citra perusahaan sangat penting karena mempengaruhi pandangan pelanggan dan perusahaan dalam berbagai hal. Citra perusahaan memiliki beberapa keunggulan, antara lain daya saing jangka menengah dan panjang, menjadi daya tarik eksekutif yang dapat diandalkan, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, dan menurunkan biaya operasional (Hidayat dan Drajat, 2017). Citra perusahaan yang baik memberikan kontribusi untuk meningkatkan perilaku dan sikap yang lebih baik dari karyawannya. Persepsi seperti itu memiliki dampak yang sangat besar pada kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup di pasar yang kompleks dan kompetitif saat ini, maka citra perusahaan positif yang kuat memberi organisasi keunggulan kompetitif jangka panjang yang berkelanjutan (Henry et.al, 2021). Salah satu upaya untuk meningkatkan citra perusahaan yang baik di mata konsumen adalah dengan melakukan strategi komunikasi. Strategi komunikasi dalam hal ini sangat penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat menjalankan rencananya sesuai dengan tujuan yang akan dicapai dan berjalan dengan baik.

Raturoma dan Wijaya (2018) mengungkapkan bahwa public relations lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil

yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan berdasarkan fungsi public relations adalah dengan memelihara, mengembang tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal-balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya. Komunikasi diperusahaan sangat penting, karena komunikasi membantu eksekutif mengutarakan pesan pada stakeholder-nya, membangun reputasi, mengembangkan relasi dan komunikasi perusahaan dengan stakeholder internal dan eksternalnya berjalan efektif. Peran ahli komunikasi di perusahaan juga mengurangi kesalahan komunikasi dan meningkatkan reputasi positif korporasi. Strategi komunikasi korporat merupakan kerangka bagi perencanaan komunikasi dengan pemangku kepentingan (stakeholder). Strategi selayaknya merupakan pendekatan komunikasi yang komprehensif dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi korporasi (Ganiem dan Kurnia, 2019). Lebih lanjut, Ganiem dan Kurnia (2019) menyatakan salah satu komponen penting dalam komunikasi perusahaan adalah *employee relationship*, karena karyawan adalah asset penting korporasi. Tanpa komunikasi efektif dengan karyawan, korporasi tidak berjalan. Komunikasi internal terhadap karyawanpun perlu dikelola dengan baik. Komunikasi yang efektif dapat menciptakan kepuasan kerja karena ide-ide, perkembangan, dan motivasi, dapat disalurkan.

Pendekatan kepada konsumen melalui komunikasi pemasaran diperlukan oleh perusahaan untuk lebih memfokuskan strategi dalam memperoleh, mempertahankan dan mengembangkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan para konsumen. Dengan mensinergikan dimensi-dimensi dalam komunikasi pemasaran diharapkan dapat menjadikan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan dapat menghasilkan citra (image) yang bernilai positif bagi perusahaan. Menurut Morissan (2018), salah satu jenis komunikasi yang dapat dilakukan perusahaan kepada karyawannya dengan melalui aktivitas *employee relations*. Kegiatan tersebut terkait dengan perencanaan *employee relations*, yang menjadi acuan bagi fungsi kehumasan, mulai dari perubahan internal organisasi hingga tindakan yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan. Komunikasi yang baik akan menumbuhkan hubungan yang positif antara organisasi dengan anggotanya. Namun jika terjadi hubungan yang tidak baik, maka hal tersebut dapat menyebabkan kegagalan perusahaan dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada karyawannya. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa suatu kegagalan yang serius dalam komunikasi terhadap karyawan akan menciptakan berbagai hal seperti kelambanan pegawai, ketidak efisienan dalam bekerja, penurunan semangat kerja, pemogokan yang merugikan, serta masalah lainnya yang menimbulkan dampak yang merugikan pada perusahaan serta citra perusahaan dimata publik.

Sebuah perusahaan akan berjalan dengan baik apabila karyawan menyukai pekerjaannya dan adanya kerja sama para karyawan. Untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dengan baik, maka diperlukan adanya suasana kerja yang baik, dimana antara karyawan dan perusahaan terjalin kerjasama yang harmonis dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Untuk mencapai efektifitas tersebut, peran Humas Harsayaships akan mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya mengenai komunikasi manajemen dalam perusahaan atau masalah membantu manajemen untuk mengetahui kepentingan dan kebutuhan karyawan, serta meningkatkan adanya kegiatan *employee relations* program untuk membangun hubungan yang harmonis antar karyawan. Hal ini dikarenakan karyawan dapat berkontribusi untuk kepentingan perusahaan.

Pada salah satu strategi atau kebijakan bagian Humas Harsayaships adalah peningkatan kualitas hubungan komunikasi antara karyawan dengan atasan, ataupun antar karyawan lainnya dengan tujuan untuk menumbuhkan citra positif terhadap perusahaan (sumber: wawancara manajer humas Harsayaships, 2023). Namun, berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang telah dilakukan kepada manajer public relation maupun

karyawan, diketahui terdapat beberapa permasalahan terkait pelaksanaan kegiatan program employee relations di Harsayaships yang masih belum optimal, antara lain: 1) Perusahaan belum secara optimal melakukan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia baik melalui program pendidikan maupun pelatihan; 2) Manajemen belum membuat program penghargaan khususnya bagi karyawan yang berprestasi; 3) Masih minimnya penyediaan program media komunikasi internal; dan 4) Masih kurangnya kegiatan-kegiatan gathering yang bertujuan untuk memperkuat hubungan ikatan emosional antara karyawan dengan perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Harsayaships, diketahui penerapan program employee relations yang telah dilakukan belum terealisasi dengan baik, dan masih terdapat karyawan merasa belum puas dengan berbagai kegiatan yang diadakan oleh humas di Harsayaships. Hal tersebut apabila dikaitkan dengan fungsi khusus manajemen, strategi employee relations tidak dapat membantu memelihara aturan bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan keluar yang mampu mencapai rasa saling pengertian atau kerjasama antara organisasi dan publiknya. Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi oleh pihak manajemen dalam mensosialisasikan program-program humas Harsayaships pada seluruh karyawan, hal ini untuk mengetahui efektivitas kerja dan sebagai masukan dalam rangka memperbaiki program kerja yang sudah dilakukan. Pentingnya melaksanakan strategi tersebut, karena seluruh karyawan Harsayaships merupakan pihak yang penting untuk dijaga hubungannya, sebab mereka ikut menentukan hidup dan matinya perusahaan (sumber: wawancara manajer humas Harsayaships, 2023).

Pelaksanaan kegiatan employee relations secara terencana dan bertujuan sangat penting dilakukan oleh perusahaan, penelitian Arimie (2019) yang menyatakan bahwa kegiatan employee relations dalam suatu perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program. Melalui program employee relations 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 (Kartika dan Anindito, 2017). Lebih lanjut, penelitian Raturoma dan Wijaya (2018) menemukan kegiatan employee relations akan memberikan dampak yang positif terhadap citra perusahaan, karena employee relations dapat membuat karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh perusahaan, sehingga secara tidak langsung menciptakan sense of belonging (rasa memiliki) dari karyawan terhadap perusahaan. Hidayat, dan Drajat (2017) juga meneliti tentang kegiatan employee relations yang mana dengan kegiatan employee relations yang dijalankan oleh perusahaan maka akan mendapatkan tanggapan positif dan memberikan manfaat positif terhadap citra perusahaan. Irawan (2013) bahwa menemukan bahwa kegiatan employee relations tidak hanya berdampak pada citra positif perusahaan, namun juga akan membuat karyawan lebih loyal terhadap perusahaan. Hal ini juga seperti dinyatakan dalam penelitian Citasari et al (2022) bahwa kegiatan employee relations dapat meningkatkan citra perusahaan.

Bentuk-bentuk program untuk membangun citra perusahaan sudah pasti tidak sama untuk setiap perusahaan. 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 dalam meningkatkan citra positif pada Harsayaships. Mengacu pada pemaparan fenomena employee relations di Harsayaship dan penelitian-penelitian sebelumnya, dapat dijelaskan bahwa employee relations merupakan salah satu sarana bagi perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan, karena kegiatan employee relations yang dilaksanakan secara sungguh-sungguh dan dengan strategi yang tepat oleh perusahaan akan menghasilkan ikatan emosional atau rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan menjadi lebih besar, sehingga karyawan

akan berkerja secara maksimal, dan ini berdampak positif terhadap citra perusahaan.

METODE

Penelitian ini akan dikaji menggunakan paradigma post-positivisme. paradigma post-positivisme bersifat reduktif sehingga permasalahan menjadi lebih spesifik serta digunakan untuk memverifikasi sebuah teori/konsep mengingat paradigma ini menyediakan kerangka konseptual untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi yang didapatkan (Creswell dan Creswell, 2018:47). Metode penelitian ini berjenis kualitatif dan bersifat deskriptif. Metode penelitian ini berjenis kualitatif dan bersifat deskriptif. Cara pandang penelitian bergaya induktif, berfokus pada makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan. Jenis/tipe penelitian bersifat deskriptif, yang bertujuan memberikan gambaran terperinci dan spesifik terkait sebuah situasi, pengaturan sosial, atau hubungan. Jenis dan sifat penelitian ini sesuai karena penelitian yang dilakukan membutuhkan pemahaman mendalam yang bersifat interpretif dan bersifat spesifik alih-alih berusaha menggeneralisasikan sesuatu. Objek penelitian ini adalah employee relationship pada Harsayaships. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Narasumber dalam penelitian ini adalah karyawan Harsayaships. Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dari narasumber yang mengerti latar belakang perusahaan dan memiliki pengalaman serta pengetahuan yang luas terhadap perusahaan. Subjek penelitian yang dipilih oleh peneliti dianggap memiliki informasi yang peneliti butuhkan yaitu perwakilan manajemen di perusahaan Harsayaships dan dengan posisi minimal manajer dan lama berkerja minimal 3 tahun. Hal ini dimaksudkan agar informan mengetahui kondisi Harsayaships secara utuh.

Metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara semiterstruktur dengan sejumlah informan. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2020:306). Dalam penelitian ini, peneliti membagi teknik pengumpulan data secara garis besar menjadi dua bagian, yaitu: a) Teknik Pengumpulan Data Primer, berupa wawancara yang dilakukan melalui teknik wawancara mendalam (in-depth interview); b) Teknik Pengumpulan Data Sekunder, yang merupakan data keterangan yang diperoleh pihak kedua, baik berupa catatan, seperti buku, bulletin, dan majalah yang sifatnya dokumentasi.

Adapun Langkah-langkah dalam melakukan analisa data adalah sebagai berikut:

- 1) Mengolah dan mempersiapkan data.
- 2) Membaca keseluruhan data.
- 3) Men-coding data.
- 4) Penerapan proses coding untuk mendeskripsikan setting, kategori-kategori, dan tema-tema.
- 5) Menghubungkan tema-tema/deskripsi-deskripsi.
- 6) Menginterpretasi tema-tema/deskripsi-deskripsi.

Dalam penelitian ini pengujian keabsahan data atau uji validitas dilakukan dengan Triangulasi yang bertujuan untuk memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber-sumber data dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya Perusahaan Untuk Meningkatkan Pengelolaan Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia

Upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia merupakan upaya perusahaan yang berkelanjutan, karena pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia adalah proses yang berkelanjutan untuk dilakukan oleh perusahaan. Upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan

pengembangan kualitas sumber daya manusia adalah kerangka makro manajemen sumberdaya manusia. Sebagai kerangka makro, dibutuhkan adanya kerangka mikro sebagai fokus kegiatan dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia. Kerangka mikro dan sekaligus fokus dari upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia adalah dengan melaksanakan program pendidikan dan pelatihan pegawai. Dengan mengintegrasikan hasil wawancara dan hasil observasi tentang upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia, maka rangkuman hasil wawancara dan hasil observasi tentang upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia adalah sebagaimana terlihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 1. Rangkuman Hasil Wawancara dan Hasil Observasi Tentang Upaya Perusahaan Untuk Meningkatkan Pengelolaan Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia

| No | Topik Wawancara dan Fokus Observasi | Kondisi Upaya Perusahaan Untuk Meningkatkan Pengelolaan Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia | Rerata Frekuensi Kejadian |
|----|---|--|---------------------------|
| 1 | Upaya perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan | Melakukan analisis perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang diperlukan oleh semua unit kerja perusahaan | Kurang banyak |
| | | Mengikutsertakan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang telah memiliki reputasi yang memadai | Cukup banyak |
| 2 | Upaya perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan identitas perusahaan | Mempersiapkan perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan | Kurang banyak |
| | | Melaksanakan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan | Cukup banyak |
| 3 | Upaya perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan nilai-nilai perusahaan | Mempersiapkan perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan | Kurang banyak |
| | | Melaksanakan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan | Cukup banyak |
| 4 | Upaya perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan kepribadian perusahaan | Memintakan semua unit kerja perusahaan untuk merencanakan <i>on the job training</i> pada unit kerja masing-masing | Kurang banyak |
| | | Melaksanakan <i>on the job training</i> pada semua unit kerja perusahaan | Kurang banyak |
| 5 | Upaya perusahaan dalam melakukan evaluasi kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan | Melakukan evaluasi perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh perusahaan | Tidak banyak |
| | | Mengevaluasi kepesertaan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang telah memiliki reputasi yang memadai | Kurang banyak |

| No | Topik Wawancara dan Fokus Observasi | Kondisi Upaya Perusahaan Untuk Meningkatkan Pengelolaan Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia | Rerata Frekuensi Kejadian |
|----|---|---|---------------------------|
| 6 | Upaya perusahaan dalam melakukan evaluasi kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan identitas perusahaan | Melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan | Tidak banyak |
| | | Melakukan evaluasi hasil pelaksanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan | Kurang banyak |
| 7 | Upaya perusahaan dalam melakukan evaluasi kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan nilai-nilai perusahaan | Melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan | Tidak banyak |
| | | Melakukan evaluasi hasil pelaksanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan | Kurang banyak |
| 8 | Upaya perusahaan dalam melakukan evaluasi kegiatan program pendidikan dan pelatihan pegawai yang dapat meningkatkan kepribadian perusahaan. | Melakukan evaluasi perencanaan <i>on the job training</i> pada semua unit kerja perusahaan | Tidak banyak |
| | | Melakukan evaluasi pelaksanaan <i>on the job training</i> pada semua unit kerja perusahaan | Kurang banyak |

Source: Research Results SEM PLS 3

Dengan memperhatikan tabel diatas terlihat bahwa hasil penelitian sebagai kondisi upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia masing masingnya adalah 1) Kurang banyak melakukan analisis perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang diperlukan oleh semua unit kerja perusahaan, 2). Cukup banyak mengikutsertakan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang telah memiliki reputasi yang memadai, 3). Kurang banyak mempersiapkan perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan, 4). Cukup banyak melaksanakan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan, 5). Kurang banyak mempersiapkan perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan, 6). Cukup banyak melaksanakan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan, 7). Kurang banyak memintakan semua unit kerja perusahaan untuk merencanakan *on the job training* pada unit kerja masing-masing, 8). Kurang banyak melaksanakan *on the job training* pada semua unit kerja perusahaan, 9). Tidak banyak melakukan evaluasi perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh perusahaan, 10). Kurang banyak mengevaluasi kepesertaan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang telah memiliki reputasi yang memadai, 11). Tidak banyak melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan, 12). Kurang banyak melakukan evaluasi hasil pelaksanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan, 13). Tidak banyak melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan, 14). Kurang banyak melakukan evaluasi hasil pelaksanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan, 15). Tidak banyak

melakukan evaluasi perencanaan *on the job training* pada semua unit kerja perusahaan, 16). Kurang banyak melakukan evaluasi pelaksanaan *on the job training* pada semua unit kerja perusahaan.

Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Penghargaan Dan Memberikan Dukungan Motivasi Kerja Karyawan

Upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan merupakan akumulasi dari kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan yang dilaksanakan oleh perusahaan. Sepintas terlihat bahwa upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan merujuk kepada sesuatu yang dilakukan perusahaan kepada personal karyawan yang berkerja pada suatu perusahaan. Tujuannya secara umum adalah meningkatkan kuantitas dan kualitas kinerja karyawan untuk pada gilirannya menghasilkan kinerja perusahaan yang juga meningkat karena adanya peningkatan kinerja karyawan. Dengan mengintegrasikan hasil wawancara dan hasil observasi tentang, upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan maka rangkuman hasil wawancara dan hasil observasi tentang upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan adalah sebagaimana terlihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Wawancara dan Hasil Observasi Tentang Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Penghargaan Dan Memberikan Dukungan

| No | Topik Wawancara dan Fokus Observasi | Kondisi Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Penghargaan Dan Memberikan Dukungan Motivasi Kerja Karyawan | Rerata Frekuensi Kejadian |
|----|--|---|---------------------------|
| 1 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan reputasi perusahaan | Memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi secara berkala pada setiap unit kerja perusahaan | Kurang banyak |
| | | Mempublikasikan secara eksternal pemberian penghargaan oleh perusahaan kepada karyawan yang berprestasi | Cukup banyak |
| 2 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan nilai-nilai perusahaan | Menggunakan nilai nilai perusahaan sebagai indikator dalam pemberian penghargaan kepada karyawan | Cukup banyak |
| | | Memberikan penghargaan kepada karyawan yang berdedikasi dan setia bekerja pada perusahaan | Kurang banyak |
| 3 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan identitas perusahaan | Merencanakan pemberian reward posisi kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan | Tidak banyak |
| | | Mempublikasikan pada media komunikasi internal pemberian penghargaan kepada karyawan oleh perusahaan | Kurang banyak |
| 4 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan kepribadian perusahaan | Merencanakan pemberian pin perusahaan kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan | Tidak banyak |
| | | Merencanakan pemberian hadiah dari perusahaan kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan | Tidak banyak |
| 5 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan yang | Mengikutsertakan para pimpinan unit kerja untuk mengikuti pelatihan motivasi berprestasi pada lembaga pelatihan yang memiliki reputasi yang memadai | Kurang banyak |

| No | Topik Wawancara dan Fokus Observasi | Kondisi Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Penghargaan Dan Memberikan Dukungan Motivasi Kerja Karyawan | Rerata Frekuensi Kejadian |
|----|---|--|--------------------------------|
| | meningkatkan reputasi perusahaan, | Mendayagunakan para pimpinan unit kerja untuk menerapkan motivasi berprestasi pada karyawan unit kerja masing-masing | Kurang banyak |
| 6 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan yang meningkatkan nilai-nilai perusahaan | Menggunakan nilai nilai perusahaan sebagai tuntunan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan Menjabarkan nilai nilai perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan | Cukup banyak Cukup banyak |
| 7 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan yang meningkatkan identitas perusahaan | Memintakan kesediaan pimpinan perusahaan secara berkala untuk langsung memberikan motivasi kerja karyawan Membiasakan pemberian pujian oleh pimpinan unit kerja kepada karyawan yang sukses melaksanakan tugasnya pada perusahaan | Kurang banyak Kurang banyak |
| 8 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan yang meningkatkan kepribadian perusahaan | Memberikan perhatian khusus secara personal kepada karyawan yang manghadapi situasi tertentu Membiasakan pemberian ucapan selamat ulang tahun dari perusahaan kepada karyawan secara personal | Kurang banyak Kurang banyak |

Source: Research Results SEM PLS 3

Dengan memperhatikan tabel diatas terlihat bahwa hasil penelitian dalam bentuk kondisi upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan masing-masingnya adalah 1) Kurang banyak memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi secara berkala pada setiap unit kerja perusahaan, 2). Cukup banyak mempublikasikan secara eksternal pemberian penghargaan oleh perusahaan kepada karyawan yang berprestasi, 3). Cukup banyak menggunakan nilai nilai perusahaan sebagai indikator dalam pemberian penghargaan kepada karyawan, 4). Kurang banyak memberikan penghargaan kepada karyawan yang berdedikasi dan setia bekerja pada perusahaan, 5). Tidak banyak merencanakan pemberian reward posisi kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan, 6). Kurang banyak mempublikasikan pada media komunikasi internal pemberian penghargaan kepada karyawan oleh perusahaan, 7). Tidak banyak merencanakan pemberian pin perusahaan kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan, 8). Tidak banyak merencanakan pemberian hadiah dari perusahaan kepada karyawan yang mendapatkan penghargaan dari perusahaan, 9). Kurang banyak mengikutsertakan para pimpinan unit kerja untuk mengikuti pelatihan motivasi berprestasi pada lembaga pelatihan yang memiliki reputasi yang memadai, 10). Kurang banyak mendayagunakan para pimpinan unit kerja untuk menerapkan motivasi berprestasi pada karyawan unit kerja masing-masing, 11). Cukup banyak menggunakan nilai nilai perusahaan sebagai tuntunan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan, 12). Cukup banyak menjabarkan nilai nilai perusahaan dalam melaksanakan kegiatan motivasi kerja untuk karyawan, 13). Kurang banyak memintakan kesediaan pimpinan perusahaan secara berkala untuk langsung memberikan motivasi kerja karyawan, 14). Kurang banyak membiasakan pemberian pujian oleh pimpinan unit kerja kepada karyawan yang sukses melaksanakan tugasnya pada perusahaan, 15). Kurang banyak memberikan perhatian khusus secara personal kepada karyawan yang manghadapi situasi tertentu, 16). Kurang banyak membiasakan pemberian ucapan selamat ulang tahun dari

perusahaan kepada karyawan secara personal.

Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Gathering dan Program Media Komunikasi Internal

Upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal merupakan akumulasi dari kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal sebagai kegiatan yang berkaitan langsung dengan komunikasi antar sesama karyawan. Tujuannya secara umum memupuk kebersamaan untuk menghasilkan tim kerja yang solid dan memupuk rasa kebersamaan antar sesama karyawan dalam suatu perusahaan. Program kegiatan gathering dan program kegiatan media komunikasi internal merupakan program yang saling melengkapi. Program kegiatan gathering memungkinkan untuk dilakukan komunikasi kontak langsung dan membahas topik yang sensitif untuk dikomunikasikan secara formal pada dan dalam program media komunikasi internal. Sedangkan program media komunikasi internal memungkinkan untuk dilakukan komunikasi secara berkelanjutan karena komunikasi tersebut lebih formal untuk membahas topik secara lebih mendalam dan intensif. Karena program kegiatan gathering dan kegiatan media komunikasi internal merupakan kegiatan yang saling melengkapi diperlukan upaya untuk mendalami program kegiatan gathering dan program media komunikasi internal secara utuh dan bersamaan. Dengan mengintegrasikan hasil wawancara dan hasil observasi tentang upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal, maka rangkuman hasil wawancara dan hasil observasi tentang upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal adalah sebagaimana terlihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Wawancara dan Hasil Observasi Tentang Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Gathering Dan Program Media Komunikasi

| No | Topik Wawancara dan Fokus Observasi | Kondisi Upaya Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Gathering Dan Program Media Komunikasi Internal | |
|----|--|--|---------------------------|
| | | | Rerata Frekuensi Kejadian |
| 1 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering untuk menjaga komunikasi yang baik antar karyawan dan meningkatkan reputasi perusahaan | Melaksanakan family gathering yang diikuti semua karyawan dan keluarga karyawan | Kurang banyak |
| | | Mengisi acara gathering dengan mendatangkan motivator yang menggugah karyawan untuk termotivasi | Kurang banyak |
| 2 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering untuk menghasilkan sikap keterbukaan dari pihak manajemen dan karyawan serta meningkatkan identitas perusahaan | Menyediakan dukungan pendanaan yang memadai untuk pelaksanaan kegiatan gathering perusahaan | Kurang banyak |
| | | Menggilirkan panitia gathering kepada masing-masing unit kerja perusahaan | Tidak banyak |
| 3 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering untuk menghasilkan sikap saling menghormati atau menghargai antara satu sama lain serta meningkatkan kepribadian perusahaan | Melaksanakan gathering dengan berbagai tema gathering yang menarik secara berkala | Kurang banyak |
| | | Mengisi acara gathering dengan mendatangkan penceramah pembinaan mental kerohanian | Kurang banyak |

| | | | |
|----|--|--|---------------|
| 4 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering untuk memunculkan kesadaran atau pengakuan akan nilai-nilai arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dalam perusahaan serta meningkatkan nilai nilai perusahaan | Menggunakan acara gathering sebagai media promosi dan pemasaran perusahaan | Kurang banyak |
| | | Mengundang nasabah dan calon nasabah potensial pada acara gathering perusahaan | Kurang banyak |
| 5 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering sebagai media komunikasi bagi para pegawai untuk menyampaikan ide, keinginan, masukan atau saran kepada perusahaan serta meningkatkan reputasi perusahaan | Melakukan pencairan suasana gathering untuk menampung masukan dari karyawan | Tidak banyak |
| | | Melakukan pengelompokkan karyawan pada acara gathering sesuai umit kerja untuk memudahkan adanya masukan dari karyawan | Tidak banyak |
| 6 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal untuk menjaga komunikasi yang baik antar karyawan dan meningkatkan identitas perusahaan | Menyediakan dukungan pendanaan yang memadai untuk penerbitan media komunikasi internal perusahaan | Kurang banyak |
| | | Melakukan penerbitan media komunikasi internal secara berkala dan berkelanjutan | Kurang banyak |
| 7 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal untuk menghasilkan sikap keterbukaan dari pihak manajemen dan karyawan serta meningkatkan kepribadian perusahaan | Memasukkan konten media komunikasi internal pada portal media sosial terbatas perusahaan | Kurang banyak |
| | | Menggunakan media komunikasi internal untuk melakukan kegiatan pemasaran perusahaan | Cukup banyak |
| 8 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal untuk menghasilkan sikap saling menghormati atau menghargai antara satu sama lain serta meningkatkan nilai nilai perusahaan | Menggunakan media komunikasi internal untuk mensoialisasi kan nilai perusahaan | Cukup banyak |
| | | Menggunakan media komunikasi internal untuk memberitakan kinerja perusahaan | Kurang banyak |
| 9 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal untuk memunculkan kesadaran atau pengakuan akan nilai-nilai arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dalam perusahaan serta meningkatkan reputasi perusahaan | Mendistribusikan media komunikasi internal untuk pelanggan dan calon pelanggan potensial | Kurang banyak |
| | | Menggunakan media komunikasi internal untuk memberikan motivasi kerja karyawan | Tidak banyak |
| 10 | Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal sebagai media komunikasi bagi para pegawai untuk menyampaikan ide, keinginan, masukan atau saran kepada perusahaan serta meningkatkan identitas perusahaan | Memfasilitasi karyawan untuk berpartisipasi dalam membuat konten pada media komunikasi internal | Tidak banyak |
| | | Menyediakan rubrik khusus karyawan sesuai unit kerja dalam mengisi media komunikasi internal | Kurang banyak |

Source: Research Results SEM PLS 3

Dengan memperhatikan tabel diatas terlihat bahwa hasil penelitian dalam bentuk

kondisi upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal masing-masingnya adalah 1) Kurang banyak melaksanakan family gathering yang diikuti semua karyawan dan keluarga karyawan, 2). Kurang banyak mengisi acara gathering dengan mendatangkan motivator yang menggugah karyawan untuk termotivasi, 3). Kurang banyak menyediakan dukungan pendanaan yang memadai untuk pelaksanaan kegiatan gathering perusahaan, 4). Tidak banyak menggilirkan panitia gathering kepada masing-masing unit kerja perusahaan, 5). Kurang banyak melaksanakan gathering dengan berbagai tema gathering yang menarik secara berkala, 6). Kurang banyak mengisi acara gathering dengan mendatangkan penceramah pembinaan mental kerohanian, 7). Kurang banyak menggunakan acara gathering sebagai media promosi dan pemasaran perusahaan, 8). Kurang banyak mengundang nasabah dan calon nasabah potensial pada acara gathering perusahaan, 9). Tidak banyak melakukan pencairan suasana gathering untuk menampung masukan dari karyawan, 10). Tidak banyak melakukan pengelompokkan karyawan pada acara gathering sesuai unit kerja untuk memudahkan adanya masukan dari karyawan, 11). Kurang banyak menyediakan dukungan pendanaan yang memadai untuk penerbitan media komunikasi internal perusahaan, 12). Kurang banyak melakukan penerbitan media komunikasi internal secara berkala dan berkelanjutan, 13). Kurang banyak memasukkan konten media komunikasi internal pada portal media sosial terbatas perusahaan, 14). Cukup banyak menggunakan media komunikasi internal untuk melakukan kegiatan pemasaran perusahaan, 15). Cukup banyak menggunakan media komunikasi internal untuk mensosialisasikan nilai perusahaan, 16). Kurang banyak menggunakan media komunikasi internal untuk memberitakan kinerja perusahaan, 17). Kurang banyak mendistribusikan media komunikasi internal untuk pelanggan dan calon pelanggan potensial, 18). Tidak banyak menggunakan media komunikasi internal untuk memberikan motivasi kerja karyawan, 19). Tidak banyak memfasilitasi karyawan untuk berpartisipasi dalam membuat konten pada media komunikasi internal, 20). Kurang banyak menyediakan rubrik khusus karyawan sesuai unit kerja dalam mengisi media komunikasi internal.

Pembahasan

Strategi Perusahaan Untuk Meningkatkan Pengelolaan Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia

Upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat 16 aspek yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Namun dari 16 aspek tersebut terdapat 4 aspek yang masih kurang optimal dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan, antara lain melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk meningkatkan kepemimpinan managerial supervisor dan manajer perusahaan, melakukan evaluasi perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan keterampilan teknis staf dan supervisor perusahaan, melakukan evaluasi perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh perusahaan, melakukan evaluasi perencanaan on the job training pada semua unit kerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Ruslan (2016:271) bahwa kegiatan employee relations dalam suatu organisasi/perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk macam aktivitas dan program, salah satunya melalui program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (skill) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberi jasa pelayanan dan sebagainya. Perencanaan pendidikan dan pelatihan pegawai adalah elemen penting dalam meningkatkan kepemimpinan managerial dalam sebuah perusahaan. Untuk itu perusahaan perlu mengidentifikasi kebutuhan kepemimpinan managerial dalam perusahaan. Selanjutnya, Perusahaan dapat menetapkan tujuan yang jelas untuk pendidikan dan pelatihan pegawai yang penting juga untuk membuat program pendidikan dan pelatihan yang

sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sementara untuk keterampilan yang lebih konseptual, seperti pemahaman tentang proses produksi, diskusi kelompok atau studi kasus bisa lebih efektif. Evaluasi perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh perusahaan penting untuk memastikan bahwa program-program tersebut efektif dan dapat memberikan nilai tambah yang diinginkan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperlukan untuk mengevaluasi program pendidikan dan pelatihan.

Strategi Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Penghargaan Dan Memberikan Dukungan Motivasi Kerja Karyawan

Upaya perusahaan untuk meningkatkan kegiatan program penghargaan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat 8 aspek yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Namun dari 8 aspek tersebut terdapat 2 aspek yang masih kurang optimal dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan, antara lain upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan identitas perusahaan, dan upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program penghargaan untuk karyawan yang meningkatkan kepribadian perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Menurut Dessler (2016:573) bahwa kesempatan komunikasi dua arah dapat memperbaiki relasi karyawan, tetapi juga terdapat jenis-jenis program relasi karyawan lainnya. Yang paling dikenal adalah jenis program pengakuan dan penghargaan karyawan. Untuk menerapkan program pengakuan dan penghargaan membutuhkan perencanaan, kemudian menerapkan anggaran memilih penghargaan, membuat prosedur untuk memantau penghargaan apa yang akan diberikan, membuat proses untuk memberikan penghargaan (seperti makan malam khusus atau pertemuan staf) dan secara periodic menilai kesuksesan program tersebut. Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Ruslan (2016:271) *Achievement Motivation Training (AMT)* dimana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan pretasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi. Melakukan program penghargaan karyawan merupakan langkah yang bagus untuk meningkatkan identitas perusahaan dan memotivasi karyawan. Hal ini dapat dilakukan dengan menentukan tujuan dari program penghargaan karyawan tersebut. Selain itu, manajemen juga sebaiknya memberikan penjelasan kepada karyawan tentang program penghargaan, kriteria penilaian, dan jenis penghargaan yang tersedia. Melaksanakan program penghargaan secara teratur, baik itu bulanan, triwulanan, atau tahunan, tergantung pada kebutuhan dan anggaran Perusahaan, serta tak lupa memberikan penghargaan secara adil dan transparan. Dan terakhir, manajemen perlu memastikan program penghargaan terintegrasi dengan budaya kerja dan nilai-nilai perusahaan.

Strategi Perusahaan Untuk Melaksanakan Kegiatan Program Gathering dan Program Media Komunikasi Internal

Upaya perusahaan untuk meningkatkan kegiatan program Gathering dan Program Media Komunikasi Internal. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat 10 aspek yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Namun dari 10 aspek tersebut terdapat 4 aspek yang masih kurang optimal dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan, antara lain: Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering untuk menghasilkan sikap keterbukaan dari pihak manajemen dan karyawan serta meningkatkan identitas Perusahaan, Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program gathering sebagai media komunikasi bagi para pegawai untuk menyampaikan ide, keinginan, masukan atau saran kepada perusahaan serta meningkatkan reputasi Perusahaan, Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal untuk memunculkan kesadaran atau pengakuan akan nilai-nilai arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dalam

perusahaan serta meningkatkan reputasi Perusahaan, Upaya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan program media komunikasi internal sebagai media komunikasi bagi para pegawai untuk menyampaikan ide, keinginan, masukan atau saran kepada perusahaan serta meningkatkan identitas Perusahaan. Melakukan kegiatan program gathering adalah cara yang bagus untuk membangun sikap keterbukaan di antara karyawan dan berdampak pada citra Perusahaan. Dengan demikian, Perusahaan sebaiknya membuat agenda yang menarik dan bervariasi untuk acara gathering. Melaksanakan program media komunikasi internal adalah cara yang baik untuk memunculkan kesadaran atau pengakuan akan nilai-nilai Perusahaan. Untuk itu, manajemen perlu memanfaatkan media komunikasi internal yang sesuai untuk menyampaikan pesan tentang nilai-nilai perusahaan. Manajemen perlu memanfaatkan media komunikasi internal yang sesuai untuk menyampaikan pesan tentang nilai-nilai perusahaan. Manajemen juga dapat membuat konten yang relevan dengan nilai-nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan beberapa hal yaitu pertama adalah adanya upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia antara lainnya dengan melakukan analisis perencanaan kebutuhan pendidikan dan pelatihan yang diperlukan oleh semua unit kerja perusahaan, dan mengikutsertakan karyawan pada lembaga pendidikan dan pelatihan eksternal yang telah memiliki reputasi yang memadai. Sementara itu, kadar upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia dalam meningkatkan citra positif perusahaan, sebagian besar upaya medium tidak langsung, sebagian yang agak besar upaya minimal tidak langsung, dan sebagian yang agak kecil masing-masingnya upaya medium langsung dan upaya optimal langsung. Upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal, antara lainnya melaksanakan family gathering yang diikuti semua karyawan dan keluarga karyawan dan menggunakan media komunikasi internal untuk mensosialisasikan nilai perusahaan, sedangkan kadar upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program gathering dan program media komunikasi internal dalam meningkatkan citra positif perusahaan sebagian besar medium langsung, sebagian yang agak kecil minimal tidak langsung dan medium tidak langsung dan sebagian yang sangat kecil optimal langsung.

Kedua, upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan antara lainnya dengan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi secara berkala bagi setiap unit kerja perusahaan termasuk para pimpinan unit kerja untuk mengikuti pelatihan motivasi berprestasi pada lembaga pelatihan yang memiliki reputasi yang memadai. Sementara itu, kadar upaya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan program penghargaan dan memberikan dukungan motivasi kerja karyawan dalam meningkatkan citra positif perusahaan dilakukan upaya medium tidak langsung, sebagian yang agak kecil upaya optimal langsung dan sebagian yang kecil upaya minimal tidak langsung. Terakhir, peran employee relations pada perusahaan belumlah sepenuhnya berarti dalam meningkatkan citra positif perusahaan.

Dengan begitulah, pihak Manajemen Harsayachips disarankan untuk memformulasikan strategi peningkatan citra perusahaan serta dan mengimplementasikan strategi peningkatan citra perusahaan kepada semua pihak yang berkepentingan sebagai stakeholder perusahaan. Lebih lanjut kepada pihak Manajemen Hubungan Masyarakat Harsayachips disarankan untuk mensosialisasikan strategi peningkatan upaya perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia. Pihak Manajemen Sumberdaya Manusia Harsayachips disarankan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi peningkatan upaya perusahaan meningkatkan pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia citra perusahaan dan strategi peningkatan pelaksanaan program

pendidikan dan pelatihan karyawan sebagai bagian penting dari strategi peningkatan citra perusahaan.

REFERENSI

- Arimie, C.J. (2019). Employer-Employee Relations and Employee Engagement in a Tertiary Institution in Benin-City, Edo State. *Annals of Management and Organization Research*, 1(1), 9-24.
- Creswell, J.W., & Creswell, J.D. (2018). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, Fifth Edition*. London: SAGE Publications, Inc.
- Dessler, G. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Jilid 10*. Jakarta: PT. Indeks.
- Ganiem, R., & Kurnia E. (2019). *Komunikasi korporat: konteks teoretis dan praktis*. Jakarta: Prenadamedia
- Henry, E.B., Barine, N.G., & Neeka, I. (2021). The Role of Public Relation In Building Corporate Image: A Study Of First Bank Of Nigeria Plc, Calabar. *Contemporary Journal of Interdisciplinary Research*, 1, 64 – 72.
- Herpridjihan, S. B., & Utami, L. S. S. (2020). Analisis Employee Relations melalui Training dalam Membangun Loyalitas Karyawan (Studi pada Karyawan Divisi Teknik PT. Pelita Air Service). *Prologia*, 4(2), 303-309.
- Hidayat, S.S., & Drajat, M.S. (2017). Kegiatan Employee Relations Dalam Upaya Pembentukan Citra di Kalangan PT. Infomedia Nusantara Jawa Barat. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 3(1), 92-99.
- Irmayanti, N. W. D., Widiana, I. N. W., & Wulandari, L. P. A. (2022). Pengaruh Employee Relation Terhadap Kinerja Karyawan Pada Jimmy Butcher Urban Store. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(2), 113-119.
- Kartika, R., & Anindito, A. (2017). Penerapan Program Employee Relations Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di PT. PLN (PERSERO) PUSLITBANG. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 1, 1-26.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2018). *Marketing Managemet. Edisi 15*. Pearson: Global Edition.
- Morissan. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Cetakan ke-4*. Jakarta: Prenada.
- Oparaugo, B. (2021). Role of Public Relations in Corporate Image Building and Sustenance. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 2(1), 26-37.
- Raturoma Julita M.A. & Wijaya, Lina Sinatra (2018). Aktivitas Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur. *Jurnal UltimaComm*, 10(2), 114-125.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.