

**STRATEGI INTERNAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI**

SKRIPSI



Oleh

Muhammad Yusuf Giriawan

32802000080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

SEMARANG

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah :

Nama : Muhammad Yusuf Giriawan

NIM : 328020000080

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

STRATEGI INTERNAL PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI adalah benar benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tugas akhir karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akedemis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan bila diperlukan.

Semarang, 4 juli 2024

Pembuat Pernyataan



Muhammad Yusuf Giriawan
NIM. 32802000080

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI INTERNAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI

Penyusun

Nama : Muhammad Yusuf Giriawan

NIM : 32802000080

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi (FBIK)

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1.

Semarang, 4 Juli 2024

Dosen
Pembimbing

Fikri Shofin Mubarak, SE., M.IKom
NIK. 211109008

Dekan Fakultas Bahasa dan Komunikasi

Trimanah, S.Sos., M.Si
NIK. 21110900008



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul Penelitian : STRATEGI INTERNAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI

Nama : Muhammad Yusuf Giriawan

NIM : 32802000080

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 4 Juli 2024




Muhammad Yusuf
Giriawan
NIM. 32802000080

Dosen Penguji:

1. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si
NIK. 211108001
2. Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom
NIK. 211121020
3. Iky Putri Aristhya, S.I.Kom, M.I.Kom
NIK. 211121020


(.....)


(.....)


(.....)


Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi
Triandah, S.Sos., M.Si.
NIK. 211109008

STRATEGI INTERNAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA

MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI

MUHAMMAD YUSUF GIRIAWAN

ABSTRAK

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan, akan sangat tergantung dari semangat karyawan yang ada di perusahaan tersebut. Sejak bulan November sampai Januari 2024 masih terdapat karyawan yang melakukan bolos kerja dengan presentase mencapai 40%. Selain itu, terdapat kesenjangan antara persepsi manajemen dan karyawan mengenai efektivitas saluran komunikasi yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi *public relations* PT Dua Kelinci dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan, serta tahapan yang dilakukan oleh *public relations* PT Dua Kelinci dalam upaya tersebut.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, melalui pengembangan pemahaman yang dilakukan melalui interaksi secara langsung dengan objek dan lingkungan dengan cara melihat, menjamah, mendengar melalui wawancara dan terjun secara langsung. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Menggunakan kerangka Teori X dan Y dari (McGregor, 1960), penelitian ini menemukan enam strategi utama yang diterapkan oleh *Public relations* PT Dua Kelinci dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan : menjaga komunikasi internal dengan baik antara *Public Relations* dan karyawan, meningkatkan loyalitas dan kepuasan karyawan, melakukan strategi komunikasi dua arah, penerapan system reward dalam perusahaan, melakukan penilaian kinerja karyawan secara periodik dan dengan formulir penilaian untuk mengetahui perkembangan karyawan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi instansi lain dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan.

Strategi *public relations* PT Dua Kelinci menunjukkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan melalui komunikasi yang kolaboratif, transparan, dan saling menguntungkan. Pendekatan ini berhasil menciptakan solusi win-win dengan memenuhi kebutuhan dan kepentingan karyawan, membangun hubungan kerja yang positif, meningkatkan kapasitas karyawan, serta memanfaatkan potensi dan kekuatan mereka untuk mencapai tujuan bersama

Kata Kunci : Strategi, Internal *Public relations*, Kinerja Karyawan

STRATEGI INTERNAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA

MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI

MUHAMMAD YUSUF GIRIAWAN

ABSTRACK

The success of a company in achieving its goals will depend on the enthusiasm of the employees in the company. From November to January 2024 there are still employees who skip work with a percentage reaching 40%. In addition, there is a gap between the perceptions of management and employees regarding the effectiveness of the communication channels used. This research aims to examine PT Dua Kelinci's public relations strategy in an effort to improve employee performance, as well as the stages carried out by PT Dua Kelinci's public relations in this effort.

This research uses the paradigm of constructivism, through the development of understanding carried out through direct interaction with objects and the environment by seeing, touching, hearing through interviews and going directly. The method used is descriptive research with a qualitative approach, using data collection techniques through interviews and documentation. Using the X and Y Theory framework from (McGregor, 1960), this study found six main strategies applied by PT Dua Kelinci's public relations in an effort to improve employee performance: maintaining good internal communication between public relations and employees, increasing employee loyalty and satisfaction, conducting a two-way communication strategy, implementing a reward system within the company, conducting periodic employee performance appraisals and with an assessment form to determine employee development. The results of this study are expected to provide guidance for other agencies in an effort to improve employee performance.

PT Dua Kelinci's public relations strategy shows the company's commitment to improving employee performance through collaborative, transparent, and mutually beneficial communication. This approach succeeds in creating a win-win solution by meeting the needs and interests of employees, building positive working relationships, increasing employee capacity, and utilizing their potential and strengths to achieve common goals.

Keywords: Strategy, Internal Public relations, Employee Performance.

MOTTO HIDUP

“Jangan Lelah Untuk Terus Berproses “

Nasi Yang Kita Makan Hari Ini, Bukan Dari Padi Yang
Ditanam Kemarin Sore

-Muhammad Yusuf Giriawan-

Kawulo Mung Sadermo, Mobah-Mosik Kersaning Hyang
Sukma

(Saya Hanya Mampu Menjalankan, Selebihnya Semua
Saya Pasrahkan Kepada Tuhan)

-KI Lurah Badranaya-

Khoirun naasi ahsanuhum khulukon wa anfa'ahum
linnaas. (Sebaik-baik manusia adalah yang terbaik budi
pekertinya dan yang paling bermanfaat bagi manusia
lainnya)

-HR. Bukhari dan Muslim-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik, dan karunia-Nya. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sehingga pada akhirnya penulisan skripsi ini dapat diajukan pada semester 8. Sholawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya dan kerabatnya, yang telah memberikan jalan yang benar. Dan yang kita tunggu syafaatnya di yaumul kiyamah nanti. Saya persembahkan karya ini kepada kedua orang tua saya yang tercinta, lewat doa restu dan pengorbanan beliaulah penulis dapat menyelesaikan pembelajaran di perkuliahan dan mampu untuk menyelesaikannya dan dimudahkan untuk segala urusannya dalam menyelesaikan perkuliahan ini. Terimakasih kepada seluruh teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuannya selama menyelesaikan perkuliahan ini, InsyaAllah saya tidak akan melupakan apa yang telah teman-teman semua lakukan kepada saya. Terima kasih banyak, Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan keberkahan dan kebahagiaan. Semoga kalian selalu berada dalam perlindungan-Nya dan diberkahi dalam setiap kegiatan yang kalian lakukan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillobilalamin segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW, yang mana menjadi suri tauladan serta kita nantikan syafaat nya di yaumul akhir.

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tanpa kendala.
2. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan, cinta, materi, dan doa terbaik.
3. Ibu Trimamah, S.sos, M.Si selaku dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Bapak Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
5. Bapak Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik
6. Ibu Made Dwi Adjnani, S.Sos, M.Si. selaku dosen wali saya yang telah berjasa bagi saya

7. Devisi Humas, Devisi *People Of Development* dan Karyawan PT Dua Kelinci serta jajarannya yang sudah memberikan pengalaman, wawasan serta ilmu kepada penulis selama kegiatan penyusunan skripsi.
8. Saya ucapkan juga terima kasih yang sebesar-besarnya kepada salah satu mahasiswa Fakultas Kedokteran Gigi dengan NIM 31102200060 yang sudah mau menemani dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini, semoga ini menjadi salah satu langkah awal untuk masa depan yang lebih baik
9. Anggota team BPJS yang selalu menjadi tempat berbagi suka dan duka selama 4 tahun penulis menjalani masa perkuliahan.
10. Teman teman ilmu komunikasi angkatan 2020 yang sudah saling mendukung dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar
11. Tak lupa, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri atas pencapaian saya dalam menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan berhasil mengatasi berbagai ujian serta tantangan selama masa perkuliahan, semoga rencana kedepannya yang sudah dilewati setengah perjalanan ini dapat sesuai dengan apa yang diperjuangkan dan mendapat ridho dari Allah SWT.

Bagi seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, penulis mengucapkan rasa terima kasih banyak atas segala doa dan dukungannya serta mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga segala kebaikan, bantuan dan amal baik dari berbagai pihak tersebut diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis senantiasa berharap semoga skripsi yang dibuat ini

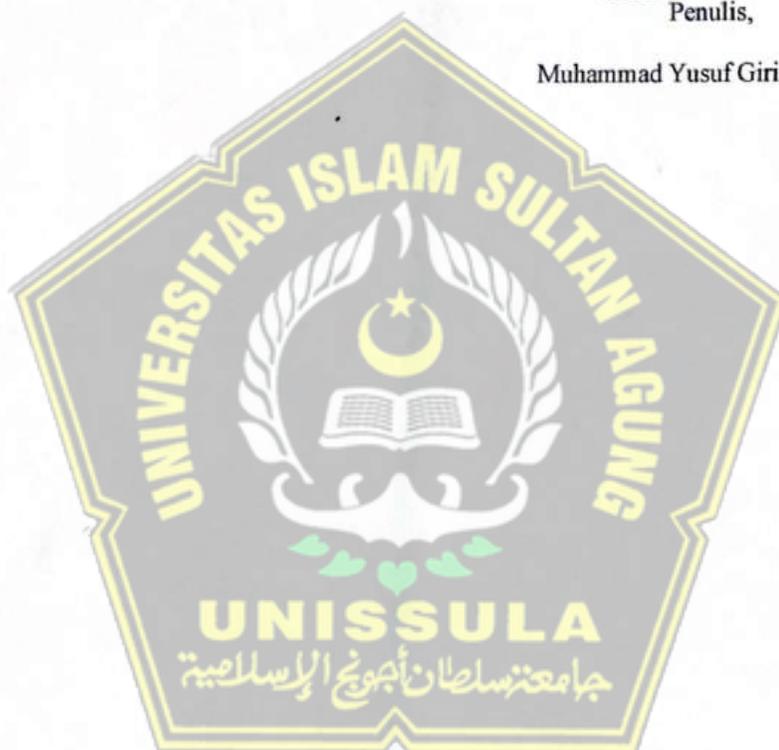
dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Aamiin.

Semarang, 4 Juli 2024



Penulis,

Muhammad Yusuf Giriawan



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO HIDUP.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikasi Penelitian	7
1.4.1 Signifikasi Akademis	7
1.4.2 Signifikasi Praktis	7
1.4.3 Signifikasi Sosial	8
1.5 Kerangka Teori	8
1.5.1 Paradigma Penelitian	8
1.5.2 State Of The Art	9

1.5.3 Teori X dan Y	14
1.6 Oprasional Konsep.....	15
1.6.1 Strategi	16
1.6.2 <i>Public Relations</i>	17
1.6.3 <i>Internal Public relations</i>	18
1.6.4 Kinerja Karyawan.....	19
1.7 Metodologi Penelitian.....	20
1.7.1 Jenis Penelitian	20
1.7.2 Subjek Dan Objek Penelitian	20
1.7.3 Jenis Penelitian	22
1.7.4 Sumber Data.....	22
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.7.6 Teknik Analisis Data.....	24
1.7.7 Validitas Data	25
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN	27
2.1 Profil Perusahaan PT Dua Kelinci	27
2.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	27
2.1.2 Perkembangan PT Dua Kelinci	28
2.1.3 Lokasi PT Dua Kelinci.....	29
2.1.4 Ketenagakerjaan PT. DUA KELINCI.....	30
2.1.5 Produk yang dihasilkan PT. DUA KELINCI	31
2.1.6 Visi Dan Misi PT Dua Kelinci.....	32
2.1.7 Slogan dan Komitmen PT. DUA KELINCI.....	33
2.1.8 Motto Perusahaan PT Dua Kelinci.....	33

2.1.9 Budaya PT Dua Kelinci	34
2.1.10 Transformasi Logo PT Dua Kelinci	35
2.2 Struktur Organisasi PT Dua Kelinci.....	36
2.3 Profil Humas PT Dua Kelinci	38
2.4 Profil Narasumber	39
BAB III TEMUAN PENELITIAN.....	41
3.1 Pelaksanaan Penelitian	41
3.2 Tabel wawancara dengan Informan PT Dua Kelinci.....	46
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS	55
4.1 Menjaga komunikasi internal dengan baik antara <i>Public Relations</i> dan Karyawan.....	56
4.2 Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Karyawan	58
4.3 Melakukan strategi komunikasi dua arah	59
4.4 Penerapan system <i>reward</i> dalam perusahaan	60
4.5 Melakukan penilaian kinerja karyawan secara periodik dan dengan formulir penilaian untuk mengetahui perkembangan karyawan.	62
4.6 Memberikan <i>Punishment</i>	65
4.7 Kelebihan dan kelemahan sitem penilaian kerja yang ada di perusahaan	68
4.7.1 Kelebihan Sistem Kinerja Karyawan	68
4.7.2 Kekurangan system penilaian kerja	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.1.1 Keterbatasan Penelitian	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Bagi Devisi <i>Public relations</i>	74

5.2.2 Saran bagi peneliti	74
DAFTAR PUSTAKA	76



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Absensi PT. Dua Kelinci Pati Bulan November – Januari Tahun 2024..2	
Table 1.5.6 State OF The Art	8
Table 2.1 Jam Kerja Karyawan.....	34
Table 3.2.1 Hasil wawancara terkait komunikasi.....	42
Table 3.2.2 Hasil wawancara terkait strategi komunikasi.....	44
Table 3.2.3 Hasil wawancara terkait penerapan system reward.....	46
Table 3.2.4 Hasil wawancara terkait dengan penilaian kinerja karyawan.....	48
Table 3.2.5 Hasil wawancara terkait kelebihan dan kelemahan sitem penilaian kerja.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PT Dua Kelinci.....	35
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Dua Kelinci	36



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan, akan sangat tergantung dari semangat karyawan yang ada di perusahaan tersebut. Namun sering kali didalam operasionalisasinya perusahaan sering mendapatkan permasalahan internal berkaitan dengan kinerja karyawan yang menurun. Tentunya penurunan kinerja yang terjadi dalam sebuah perusahaan akan sangat mempengaruhi produktivitas kerja dari sebuah perusahaan. Dalam menghadapi persaingan di era global perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan merupakan salah satu organisasi yang menghimpun orang-orang yang biasa disebut dengan karyawan atau pegawai untuk menjalankan kegiatan rumah tangga produksi perusahaan.

Kegiatan Internal *Public relations* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk public internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya. Melalui kegiatan Internal *Public relations* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan.

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh seorang *Public relations Officers*, yaitu. Hubungan dengan karyawan (*employee relations*) seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Meskipun perusahaan PT Dua Kelinci telah menerapkan berbagai strategi komunikasi internal yang dirancang oleh tim *Public relations* (PR) untuk meningkatkan kinerja karyawan, terdapat indikasi bahwa kinerja karyawan belum mencapai tingkat yang diharapkan. Beberapa karyawan merasa tidak terlibat secara penuh dalam proses komunikasi dan kurang mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk bekerja secara efektif. Kondisi tersebut dibuktikan dengan kehadiran yang belum sesuai dengan harapan.

Tabel 1.1
Absensi PT. Dua Kelinci Pati Bulan November
– Januari Tahun 2024

No	Tahun	Persentase (%)			
		2017	2018	2019	Rata-rata
1	Sakit tanpa keterangan	0,30	0,32	0,33	0,32
2	Sakit keterangan dokter	0,35	0,39	0,49	0,41
3	Bolos kerja	0,41	0,43	0,35	0,40
	Total	1,06	1,14	1,17	1,12

Sumber : PT Dua Kelinci Pati, 2024

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa sejak bulan November sampai Januari 2024 masih terdapat karyawan yang melakukan bolos kerja dengan presentase mencapai 40%. Selain itu, terdapat kesenjangan antara persepsi manajemen dan karyawan mengenai efektivitas saluran komunikasi yang digunakan. Fenomena yang menarik adalah adanya kelompok (grup) sosial media menggunakan aplikasi Whatsapp yang dibuat oleh karyawan (visualisasi ada dilampiran 1). Grup tersebut secara aktif membicarakan tentang ketidak pahaman anggota kelompok karyawan mengenai penggunaan e-mail sebagai media komunikasi. Melihat adanya perbedaan di masing-masing individu maka untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam hubungan internal perusahaan antara pemimpin dan karyawan ataupun sesama karyawan maka diperlukan adanya komunikasi internal yang baik. Komunikasi internal kini menjadi syarat utama *public relations*, Karyawan merupakan tulang punggung yang menjalankan suatu perusahaan. Sebuah perusahaan akan berjalan dengan baik apabila karyawan menyukai pekerjaannya dan adanya kerja sama para karyawan.

Untuk itulah diperlukan adanya suasana kerja yang baik, dimana antara

karyawan dan perusahaan terjalin kerjasama yang harmonis dan saling menguntungkan. Suasana seperti itu akan tercapai jika perusahaan memberikan perhatian khusus kepada karyawan dan menyadari bahwa perusahaan tidak dapat berjalan tanpa adanya karyawan. *Public relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi manajemen dalam perusahaan atau persoalan membantu manajemen menjadi tahu kepentingan dan kebutuhan para karyawan.

Public relations juga harus mampu mengelola ekspektasi karyawan. Karyawan yang memiliki ekspektasi yang tidak realistis terhadap organisasi atau peran mereka di dalamnya mungkin mengalami kekecewaan yang berdampak negatif pada kinerja mereka. PR harus berperan dalam menjelaskan dengan jelas apa yang dapat diharapkan oleh karyawan dari organisasi, serta apa yang diharapkan dari mereka sebagai balasannya. Untuk mencapai tujuan tersebut, PR perlu bekerja sama erat dengan departemen lain, seperti HRD, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan mendukung tujuan organisasi. Kolaborasi ini juga penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada komunikasi, tetapi juga mencakup aspek lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, seperti pelatihan, pengembangan karier, dan kesejahteraan karyawan.

Pembinaan hubungan baik antar karyawan dengan pemimpin perusahaan maupun antar karyawan agar selalu dalam keadaan baik melalui penerapan kegiatan *employee relations* selain bertujuan untuk memberikan suatu pengabdian dan

mengatur kerja sama diantara anggota.terutama untuk menciptakan komunikasi internal yang efektif dalam perusahaan.Moore mengemukakan dasar pelaksanaan kegiatan *employee relations* adalah berkomitmen dalam menyediakan pekerjaan sehari-hari,kondisi kerja yang baik,kompetisi yang adil kesempatan untuk mengembangkan meningkatkan kompetensi diri pengakuan atas pencapaian yang dihasilkan , pengawasan yang baik kesempatan untuk mrngekspresikan diri dan menyediakan keuntungan yang sesuai untuk karyawannya (Moore,1981: 27).Selain itu *public relations* lah yang mempunyai tugas membangun sebuah tanggung jawab dan partisipasi seluruh kegiatan *pulic relations* yakni karyawan untuk ikut serta mewujudkan tujuan perusahaan.

Penilaian kinerja karyawan akan memberikan sejumlah manfaat baik bagi karyawan perusahaan. Bagi karyawan, penilaian kinerja akan memberikan manfaat yang besar seperti memberikan motivasi, memberikan kejelasan standar penilaian kerja sebagai tolok ukur diri untuk perbaikan kinerja kedepannya,sarana untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan diri sendiri, sarana untuk mencari penyelesaian masalah kerja , sarana untuk menjalin komunikasi dengan sesama karyawan atau dengan atasan. Kegiatan public relation dalam PT.Dua Kelinci sendiri sudah dilakukan dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan bisa dengan mengadakan kegiatan Personal Calls, Pertemuan Berkala , Kotak Suara (kotak Saran) , Hiburan dan Darmawisata , Study Tour , dan Hadiah-hadian dan penghargaan. Fungsi komunikasi secara internal untuk PT.Dua Kelinci terhadap kinerja karyawan antara lain untuk meningkatkan kualitas perusahaan , meningkatkan kinerja karyawan , sebagai media komunikasi karyawan, sebagai

masukan untuk mengetahui jenis pelatihan atau training yang dibutuhkan oleh karyawan agar komunikasi berlangsung efektif dan informasi yang disampaikan oleh seorang pemimpin dan dapat di terima dan dipahami oleh karyawan dengan baik.

Dalam hal ini, penulis menekankan pada strategi internal *public relations* yang terjadi dalam lingkungan kerja yaitu hubungan dengan pimpinan dan karyawan yang akan berperan memperbaiki komunikasi, sehingga menimbulkan kerja sama yang lebih produktif dan menimbulkan rasa puas hati saat bekerja . Perasaan puas hati dalam bekerja menimbulkan suasana kerja yang menyenangkan yang sering kali disebut dengan perasaan “*sense of belongingness*“. Suasana yang demikian mendukung semangat dalam bekerja. Semangat dalam bekerja yang dimaksud adalah melakukan pekerjaan lebih cepat dan lebih baik, suasana yang seperti ini perlu diciptakan dalam PT.Dua Kelinci. Dengan demikian Fenomena yang terjadi pada PT.Dua Kelinci sempat mengalami penurunan kinerja karyawan dikarenakan kurangnya semangat dalam bekerja sehingga perlu adanya peningkatan kinerjanya. Melihat fenomena diatas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana Strategi Internal *Public relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan PT.Dua Kelinci.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Internal *Public Relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Dua Kelinci.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Strategi Internal *Public Relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Dua Kelinci.

1.4 Signifikasi Penelitian

Di dalam penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat membawa manfaat bagi penulis maupun pembaca. Penelitian ini mengandung 3 (tiga) manfaat bagi penulis maupun pembaca. Manfaat-manfaat tersebut terbagi menjaditiga jenis, yakni akademis, praktis, dan sosial.

1.4.1 Signifikasi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan memperkaya wawasan untuk pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam aspek komunikasi dan hubungan masyarakat beserta implementasinya di lapangan. Hasil penelitian juga diharapkan bisa menjadi sumber perbandingan dan evaluasi antara teori dan praktik yang terjadi di lapangan, yang dapat bermanfaat bagi pihak yang menghadapi permasalahan serupa.

1.4.2 Signifikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada literatur akademis dengan menyediakan informasi tambahan serta pemikiran yang berharga bagi pihak yang menghadapi tantangan serupa atau tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan dan pertimbangan yang berharga untuk mendukung proses pengambilan keputusan terkait dengan perancangan strategi dalam menghadapi permasalahan dalam perusahaan. Penelitian ini juga dapat memberikan pandangan yang berarti bagi perusahaan dalam menangani permasalahan yang muncul, dengan tujuan meningkatkan

kinerja karyawan.

1.4.3 Signifikasi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pada pemahaman dan penanganan permasalahan dalam meningkatkan minat konsumen dapat memberikan manfaat sosial dengan merangsang pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan perusahaan. Selain itu, kontribusi pemikiran yang diberikan oleh penelitian ini dapat memperkaya diskusi dan kesadaran karyawan.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam skripsi kualitatif ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme melibatkan usaha untuk mencapai pemahaman terhadap kompleksitas realitas dunia, hal ini dipandang dari sudut pandang individu yang secara aktif terlibat di dalamnya. Interpretasi digunakan sebagai alat untuk membaca makna-makna dari bahasa dan tindakan aktor sosial. Tujuan utamanya adalah menghasilkan pemahaman yang bervariasi dan bersifat rekonstruktif. Paradigma ini menekankan pentingnya pemahaman sosial sebagai konstruksi manusia dan hasil dari proses interpretasi individu terhadap pengalaman mereka. (Haryono, 2020). Oleh karena itu, metode kualitatif menjadi pilihan yang sesuai dalam paradigma ini karena memungkinkan peneliti untuk menggali beragam makna yang disampaikan oleh narasumber.

Dalam melaksanakan proses tersebut, peneliti umumnya akan melibatkan serangkaian langkah reflektif utama untuk menghasilkan interpretasi baru terhadap realitas. Dalam konteks ini, penekanan pada aspek empati dan interaksi dialektis

antara peneliti dan responden menjadi sangat penting. Oleh karena itu, peneliti menjadi mampu untuk merekonstruksi realitas yang sedang diteliti dengan tepat. Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini karena peneliti ingin mendapatkan pengembangan pemahaman yang dilakukan melalui interaksi secara langsung dengan objek dan lingkungan dengan cara melihat, menjamah, mendengar melalui wawancara dan terjun secara langsung di PT Dua Kelinci.

1.5.2 State Of The Art

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Syahrani dan Angel Purwanti (2022)	Komunikasi Organisasi Berpengaruh Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Sumitomo Wiring Systems Batam Indonesia	anggotanya untuk produktivitas yang lebih besar. Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan nilai jalur komunikasi terbuka dalam sistem kabel Sumitomo Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang meliputi random sampling. Ada 180 sampel, dan kuesioner berisi 23 pertanyaan. Dalam sistem kabel PT Sumitomo,

			<p>pentingnya jalur komunikasi terbuka antara manajer dan pekerja tidak bisa dilebih-lebihkan, berdasarkan nilai t penelitian $10,758 > 1,653$ dan nilai sig kurang dari 0,005, dan koefisien determinasi dari uji didapatkan besar.</p>
--	--	--	--



2.	Suganda, (2016)	Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT.ARUN NGL LHOKSEUMAWE	<p>(Suganda, 2016) dalam kajiannya tujuannya adalah menjaga motivasi kerja karyawan cukup tinggi untuk mencapai dan mempertahankan tingkat produktivitas yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada sekelompok informan terpilih yang merupakan praktisi PR di PT, melalui strategi purposive sampling. Arun NGL dan dengan cara observasi langsung di Kantor Pusat PT. Arun N.G.L. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa bagian humas di PT</p>
----	-----------------	---	---

			<p>telah menggunakan sejumlah strategi yang berbeda. antara lain meningkatkan motivasi kerja pegawainya dengan menjalin komunikasi yang efektif dan harmonis berdasarkan asas itikad baik dan pengertian, mengadakan acara bagi pegawai, pemberian penghargaan atau pemberian penghargaan kepada pegawai, publikasi informasi dalam bentuk buletin dan media elektronik berupa informasi publik Lotus Note, serta memelihara situs web di internet yang dimiliki oleh perusahaan.</p>
--	--	--	---

3	Paula T. (2018)	Peranan Internal PR dalam meningkatkan motivasi kerja pada perusahaan PT. Bank Tabungan Negara Tbk di kota Medan	Peran PR bukan hanya sekedar menjalin hubungan yang Harmonis dengan masyarakat luas, namun juga menjalin komunikasi yang sangat baik dengan seluruh karyawan di dalam perusahaan ,Melakukan pembinaan hubungan yang harmonis antara pemimpin manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Ini juga menentukan hasil hidup matinya sebuah perusahaan.
---	-----------------	--	---

Table 1.5.2.1 State Of The Art

Judul Penelitian dalam Skripsi ini adalah STRATEGI INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT DUA KELINCI. Adapun beberapa penelitian yang telah dipaparkan diatas yang digunakan peneliti sebagai bahan pijakan untuk melakukan penelitian, memiliki kesamaan dalam penggunaan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, ruang lingkup penelitian , focus

penelitian dan tujuan penelitian . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi internal *public relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan PT Dua Kelinci.

Objek penelitian ini adalah PT Dua Kelinci dengan mengambil fokus pada strategi internal *public relations* .Menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, pada dasarnya untuk mendapatkan hasil dari tujuan suatu perusahaan sangat dibutuhkan dukungan dari para karyawan yang ada didalam perusahaan. Untuk itu adanya aktivitas internal *public relations* dalam membangun hubungan yang baik sangatlah penting sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

1.5.3 Teori X dan Y

Dalam membahas fenomena komunikasi organisasi dan pengaruh organisasi terhadap kinerja karyawan, teori dari (McGregor, 1960) mengemukakan dua pandangan yang berbeda mengenai manusia dalam bekerja dan berorganisasi. Pada dasarnya, yang satu dicirikan sebagai teori X adalah negatif dan yang lainnya dicirikan sebagai teori Y adalah positif. Menurut teori X, empat asumsi yang dibuat Supervisor adalah :

1. Karyawan mencoba untuk menghindarinya.
2. Karyawan membenci pekerjaan dan harus diancam dengan paksaan, pengawasan, atau hukuman untuk mencapai tujuannya.
3. Karyawan menghindari tanggung jawab dan mencari instruksi formal sebanyak mungkin.
4. Sebagian besar karyawan memprioritaskan keselamatan di atas semua faktor terkait pekerjaan lainnya dan menunjukkan sedikit ambisi

Supervisor teori X melacak semua perilaku dan percaya bahwa individu yang bertanggung jawab perlu diberi penghargaan atau disiplin secara langsung tergantung pada hasil perilaku.

Berdasarkan asumsi ini, teori X menyimpulkan bahwa rata-rata tenaga kerja lebih efisien di bawah pendekatan manajemen "praktis" berbeda dengan pandangan negatif tentang kemanusiaan ini, McGregor mengidentifikasi empat asumsi positif. Ini disebut teori Y (Lestari, 2023):

1. Karyawan dapat memandang pekerjaan sebagai aktivitas alami yang setara dengan rekreasi atau bermain.
2. Orang-orang melatih diri mengarahkan dan menahan diri ketika berkomitmen pada tujuan.
3. Rata-rata orang dapat belajar untuk bertanggung jawab, bahkan bertanya.
4. Kemampuan untuk membuat keputusan inovatif meluas ke semua orang, bukan hanya Atasan.

1.6 Operasional Konsep

Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena yang sama. Konsep adalah abstraksi yang di bentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Konsep dapat berupa ide yang telah berlabel atau pun gejala yang telah di beri nama. Oleh karena itu, konsep muncul sebelum teori. Konsep-konsep itu menentukan pertanyaan yang akan di ajukan dan jawaban yang akan diperoleh (Ardinal, 2014:55).

Dari uraian diatas untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian maka peneliti menyederhanakan beberapa konsep tersebut

sebagai berikut :

1.6.1 Strategi

Strategi berasal dari kata bahasa Yunani “*strategos*” dan mengarah kepada keseluruhan peran komando umum militer. Dalam bisnis, strategi adalah menentukan lingkup dan arah suatu pengembangan organisasi dan bagaimana dapat mencapai strategi yang kompetitif. Strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjuk taktik operasionalnya. (Effendy, 2002). Tidak ada kelas klasifikasi atau pengelompokan strategi yang diterima secara umum. Hanya saja dapat dilakukan penggolongan menurut dimensi strateginya. George A. Steiner (1997: 15-16)

Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup, yakni strategi dapat lebih luas atau lebih sempit sesuai dengan pemahaman. Klasifikasi berdasarkan hubungannya dengan tingkat organisasi, yakni strategi yang berdasarkan pada jenjang setiap divisi yang memiliki strateginya masing-masing dan merupakan cabang dari strategi utama sebuah badan. Klasifikasi berdasarkan keterkaitan strategi dengan sumber material atau bukan material, yakni dengan melihat bentuk fisik seperti SDM yang tersedia atau gaya manajemen, pola pikir atau falsafah perusahaan. Klasifikasi berdasarkan tujuan dan fungsi, sebagai contoh adalah pertumbuhan sasaran utama dari kebanyakan perusahaan dan terdapat banyak strategi yang dapat dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut. Klasifikasi berdasarkan strategi pribadi manajer semakin tinggi tingkat manajer, semakin penting strategi ini bagi kehidupan organisasi.

1.6.2 *Public Relations*

Public Relation merupakan kemampuan administrasi yang terlihat memahami, menghargai, dan mendukung masyarakat umum dengan menilai perspektif publik, merumuskan strategi dan teknik kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja. “Tujuan PR adalah untuk memperkuat dan mempertahankan posisi organisasi di mata khalayak sarannya, mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan atau kegagalan organisasi atau perusahaan.” (Satlita, 2014).

Menurut dua definisi di atas, Humas memainkan peran penting dalam kemampuan organisasi untuk mempertahankan hubungan positif dengan public internal dan eksternal, mendapatkan dukungan publik, dan memproyeksikan citra positif. Sebagai sebuah profesi, humas harus mampu melakukan kedua hal tersebut, *Public relations* sendiri memiliki fungsi yaitu :

- a. Merupakan aktivitas yang dengan sasaran untuk membina citra masyarakat yang positif, saling percaya, dan itikad baik.
- b. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi opini public dengan cara yang menguntungkan semua pihak.
- c. Upaya untuk membangun serangkaian hubungan publik internal dan eksternal antara bisnis atau organisasi
- d. Meskipun sebenarnya merupakan ciri organisasi atau perusahaan dan tidak esensial bagi manajemen untuk mencapai tujuan sesuai dengan harapan publik. (Silviani, 2020).

Fungsi utama publik relation ialah membantu organisasi yang selalu punya

hubungan harmonis dengan berbagai publiknya dengan kegiatan komunikasi. Karena dengan adanya hubungan yang demikian maka public sebuah organisasi akan mendukung keberadaan organisasi dan program-program serta kebijaksanaan organisasi. (Satlita, 2014).

1.6.3 Internal Public relations

Semua aktivitas hubungan masyarakat internal perusahaan dianggap sebagai hubungan masyarakat internal. Sebelum suatu kebijakan atau tindakan dilaksanakan, Humas Internal mencoba mengenali penyebab sikap dan citra negatif masyarakat. Profesi kehumasan harus mampu memantau secara ketat operasional lembaga, termasuk kebijakan dan rencana aksi. Menurut Humas Internal Effendi, Humas dilakukan oleh pimpinan organisasi atau lembaga yang sah untuk membina hubungan kerjasama yang saling pengertian dan kepercayaan melalui korespondensi dua aspek timbal balik. (Nasution, 2019).

Komunikasi internal di antara orang-orang organisasi dapat terjadi melalui sejumlah saluran yang berbeda, termasuk sebagai berikut:

- a. Sebuah aliran korespondensi turun (korespondensi lebih rendah), khususnya dari organisasi ke perwakilannya. Misalnya berupa arahan dari kepemimpinan, petunjuk, dan hal-hal mengenai spesifikasi teknis pekerjaan yang akan disampaikan bawahan.
- b. Komunikasi ke atas, khususnya antara karyawan dan bisnis. Misalnya berupa melaksanakan instruksi tertulis dan lisan, menerima laporan dari pekerjaan, dan mengkomunikasikan saran karyawan kepada pimpinan perusahaan.

- c. Komunikasi paralel antar karyawan, juga dikenal sebagai komunikasi berdampingan. Contohnya meliputi informasi tentang kegiatan di luar tempat kerja (kantor), seperti olahraga, keagamaan, keluarga, kesejahteraan, dan kegiatan sosial karyawan lainnya, serta informasi tentang pekerjaan atau kegiatan lain untuk pendidikan dan pelatihan. (Pratiwi, 2017).

1.6.4 Kinerja Karyawan

Menurut Anwar mengemukakan bahwa : "Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya"(A.P.Mangkunegara , 2009:67). Menurut Sedarmayanti mengungkapkan bahwa : "Kinerja merupakan terjemahan dari performance yang berarti Hasil kerja seorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur (dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan)." Sedarmayanti (2011:260)

Menurut Anwar Prabu Mangunegara Aspek-aspek kinerja karyawan dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Hasil kerja, bagaimana seseorang itu mendapatkan sesuatu yang dikerjakannya. Kedisiplinan yaitu ketepatan dalam menjalankan tugas, bagaimana seseorang menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tuntutan waktu yang dibutuhkan.
- b. Tanggung jawab dan kerja sama, bagaimana seseorang bisa bekerjadengan baik walaupun dalam dengan ada dan tidaknya pengawasan.

Aspek-aspek diatas sejalan dengan. bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya (A.P.Mangkunegara 2010: 67).

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kegiatan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menelusuri dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami. Penelitian kualitatif dalam tulisan ini dimaksudkan untuk menelusuri suatu fakta, kemudian memberikan penjelasan terkait berbagai realita yang di temukan. Maka dari itu, mengamati secara langsung peran *public relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT Dua Kelinci.

1.7.2 Subjek Dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Menurut (Suliyanto,2018:19) penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan namun berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif sendiri yaitu karyawan PT Dua Kelinci yang

memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informasi ini dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Pemanfaatan informan dalam penelitian kualitatif adalah untuk menjangkau banyak informasi yang dibutuhkan secara mendalam dengan waktu yang singkat. Dengan memanfaatkan informan, peneliti juga dapat melakukan tukar pikiran atau membandingkan kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya. Dalam penelitian ini informan yang dipilih oleh penulis dalam penelitiannya adalah :

1. Bapak Edyana sebagai Kepala Bagian Humas PT Dua Kelinci.
2. Ibu Ika Rahmatika selaku kepala bagian *People Development*.
3. Ahmad Syahrani selaku karyawan Senior di PT Dua Kelinci.

Alasan peneliti memilih narasumber tersebut adalah karena menurut peneliti para narasumber tersebut mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang akan peneliti kaji nantinya.

b. Objek Penelitian

Sugiyono (2005:2) mendefinisikan objek sebagai sesuatu yang alamiah, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek, dan setelah keluar dari objek relatif tidak berubah. Adapun dalam penelitian ini objek yang dikaji oleh peneliti adalah bagaimana strategi internal *public relations* dalam menjaga kinerja karyawan PT Dua Kelinci.

1.7.3 Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian kualitatif informasi yang diolah harus tatap dan tidak dapat dipengaruhi oleh pendapat dari peneliti itu sendiri. Jenis penelitian kualitatif memiliki asumsi seperti: penelitian kualitatif memberikan proses, bukan hasil atau produk penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan analisis. Dalam penelitian ini peneliti terjun secara langsung di PT Dua Kelinci.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber Data primer dalam penelitian ini merupakan informan yang sebelumnya sudah di tentukan oleh penulis, yaitu Kepala Bagian Humas PT Dua Kelinci dan Manager *People Development*.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, dimana data itu didapatkan dari sumber- sumber refrensi buku, data perusahaan dan dokumentasi foto.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data penelitian ini dilakukan beberapa metode pengumpulandata sebagai berikut

1. Wawancara

Pengertian wawancara menurut Joko Subagyo (2011:39) adalah sebagai berikut:

“Suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan- pertanyaan pada para responden. wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.”.Wawancara dengan tujuan percakapan tertentu. Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mendapat data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian. (Moleong , 1991:135).

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti pada kenyataan . Dengan observasi dapat kita peroleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan social yang sukar diperoleh dengan metode lain. Observasi diperlukan untuk menjajaknya. Dari hasil ini kita dapat memperoleh hasil yang lebih jelas tentang masalah-masalah dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkan nya . (Nasution , 1996 : 106).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengamatan sebagai pemeran serta (Observasi Partisipan) , yakni terjun langsung. Disini penelitian mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan responden yang ada kaitannya dengan objek penelitian . Data observasi berupa deskripsi yang factual, cermat dan terinci mengenai keadaan lapangan kegiatan manusia dan situasi social serta konteks dimana kegiatan itu terjadi (Kriyantoro, 2006: 108)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Hasil pengumpulan data dari wawancara dan observasi akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung dengan dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah fotofoto atau gambar- gambar dan arsip mengenai serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti saat berada di lapangan.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif yaitu melakukan penafsiran data dengan menggunakan tataran ilmiah dan logika. Sesuai dengan tipe penelitian, yaitu deskriptif, maka setelah data yang terkumpul, proses selanjutnya adalah menyederhanakan data yang diperoleh kedalam bentuk yang sederhana, mudah di pahami dan di interpretasi, yang pada hakekatnya merupakan upaya peneliti untuk mencari jawaban atas permasalahan yang telah di rumuskan. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisa secara kualitatif, Artinya dari data yang diperoleh dilakukan pemaparan serta interpretasi secara mendalam. Data yang ada dianalisa serinci mungkin sehingga diharapkan dapat diperoleh kesimpulan yang memadai yang bisa digeneralisasikan.

Miles, Huberman (2014:20) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan dalam mencatat data yang ditemukan dilapangan berdasarkan permasalahan penelitian yang terkait. data yang telah ditemukan akan disusun secara sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas.

peneliti menggunakan reduksi data dengan tujuan untuk memudahkan dalam mencari data lapangan.

2. Penyajian data

Penyajian data digunakan untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, dari hasil reduksi data dan penyajian data maka selanjutnya peneliti dapat menarik kesimpulan sehingga menjadi hasil dari penelitian. Peneliti menggunakan penyajian data untuk melihat gambaran penelitian yang akan digunakan.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan agar data yang telah di dapatkan memperjelas hasil yang didapatkan dari lapangan. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti harus diuji keaslian nya, kecocokan, dan kemantapan nya. Peneliti harus sadar dan paham bahwa ketika mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan khusus, yaitu dari kacamata key information dan bukan penafsiran makna menurut sudut pandang diri sendiri.

1.7.7 Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang telah berhasil dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diusahakan kekokohan dan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperoleh. Cara pengumpulan data yang beragam bentuknya harus sesuai dan tepat untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Pelaksanaan teknik pemeriksaan berdasarkan pada

sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data yang akan dipakai oleh peneliti adalah dengan teknik sebagai berikut:

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dilaur data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Lebih spesifik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber yakni membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai salah satunya dengan cara membandingkan hasil wawancara narasumber atau informan satu dengan narasumber/informan penelitian yang lain.

2. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi disini adalah adanya bahan penjas untuk memastikan data yang telah ditemukan. contohnya, data hasil wawancara harus didukung dengan adanya rekaman/transkrip wawancara, foto-foto atau dokumen autentik untuk mendukung kebenaran data. Selain itu hasil penelitian diperkuat dengan mencocokkan dengan hasil penelitian terdahulu.

BAB II

PROFIL OBJEK PENELITIAN

2.1 Profil Perusahaan PT Dua Kelinci

2.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT Dua Kelinci didirikan pada tahun 1972 oleh Ho Sie Ak dan Lauw Bie Giok. Awalnya merupakan perusahaan industri dalam negeri yang hanya mengemas ulang kacang tanah hasil panen petani, kemudian dikemas dengan merek produk kacang tanah “Sari Gurih” dan mulai menggunakan logo ikonik dua kelinci yang masih terkenal hingga saat ini. Awalnya produk kacang renyah ini diproduksi dan dijual di wilayah Surabaya dan sekitarnya, namun lama kelamaan berkembang pesat dan diterima di seluruh Jawa Timur. “Sari Guri” menjadi semakin populer dan terkenal dengan produk kacang renyahnya berlogo “Dua Kelinci”. Konsumen sering menyebut produk ini dengan sebutan “DuaKelinci”.

Pada tahun 1982, nama merek diubah menjadi "Dua Kellynch". Pada tanggal 15 Juli 1985, perusahaan ini didaftarkan dengan nama PT Dua Kelinci oleh putra pendiri yaitu Bapak Ali Arifin dan Bapak Hadi Sutiono. Dengan visi “Utamakan Kepuasan Pelanggan”, PT Dua Kelinci siap menjadi industri kacang renyah terbaik di Indonesia. Melalui inovasi produk dan teknologi, kami kini menjadi perusahaan makanan dan minuman dengan jaringan penjualan dan pemasaran global. Pada tahun 1972, usaha pengemasan kacang tanah didirikan oleh Tuan Ho See Ak dan Tuan Lau Bee Giok untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan ringan kacang

yang beraroma dan lezat, dan merek asli "Sari Gurih" dengan logo "Dua Kelinci" PT Dua Kelinci didirikan pada tanggal 15 Juli 1985 di Kabupaten Pati Jawa Tengah oleh dua orang saudara dari anak pendiri yaitu Bapak Hadi Sutiono dan Bapak Ali Arifin. PT Dua Kelinci menggunakan mesin berteknologi tinggi untuk mengembangkan produknya. Terbukti PT Dua Kelinci meluncurkan produk inovasi baru pada tahun 2005 seperti Sukro, Tictac, Kacang Koro dan Kacang Polong. Pada tahun 2007, penerapan standar kualitas internasional, keamanan pangan dan halal untuk semua produk memiliki tujuannya adalah untuk mengembangkan visi menjadi yang terbaik di bidang makanan dan minuman, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Pada tahun 2013, 2017 dan 2019, inovasi terbaru PT Dua Kelinci di kategori makanan ringan ditandai dengan peluncuran produk baru: Deka Crepes, Sukro Oven, Kuaci Fuzo, Usagi Puff dan Deka Mini Waffle Bites. PT Dua Kelinci juga menjadi sponsor salah satu klub sepak bola dunia yaitu Real Madrid pada tahun 2020 (PT Dua Kelinci, 2022)

2.1.2 Perkembangan PT Dua Kelinci

Perkembangan PT. Dua kelinci dari tahun ke tahun memiliki perkembangan dalam bidang mesin maupun macam-macam produk yang baru, tahun berkembangnya PT. Dua Kelinci tersebut dari tahun 1972- 2012, berikut proses perkembangan PT. Dua kelinci :

1. Tahun 1972 Bisnis mengemas kacang dimulai oleh tim suami dan istri Bapak Ho Sie Ak dan Ibu Lauw Bie Giok dengan merk "Sari Gurih" dengan logo "Dua Kelinci".
2. Tahun 1982 Nama merk berubah dari "Sari Gurih" menjadi "Dua Kelinci".

3. Tahun 1985 PT. DUA KELINCI dibentuk sebagai perusahaan yang terdaftar pada tanggal 15 Juli di Kabupaten Pati, Jawa Tengah oleh generasi kedua Bapak Ali Arifin dan Bapak Hadi Sutiono.
4. Tahun 2000 Pengembangan produk dimulai, dan teknologi mesin produksi dan peralatan terkini mulai diperkenalkan.
5. Tahun 2006 Pengembangan produk gandum dan sereal dimulai.
6. Tahun 2007 Mulai menerapkan standar kualitas Internasional, Keamanan pangan dan standar halal untuk semua produk untuk mengembangkan visi menjadi yang terbaik di bidang makanan dan minuman.
7. Tahun 2012 “Change To Focus” adalah spirit utama kami pada tahun tersebut. Hal ini ditandai dengan penambahan SDM yang berkualitas kedalam tim kami agar PT. DUA KELINCI terus maju untuk melakukan pembaharuan yang bernilai. Pembaharuan tersebut tidak hanya berupa peningkatan kualitas produk tetapi juga peningkatan kualitas pelayanan ketika kami berinteraksi dengan pasar dan konsumen secara langsung.

2.1.3 Lokasi PT Dua Kelinci

PT DUA KELINCI Berlokasi di Pati, Jawa Tengah, Jl. Raya Pati - Kudus No.Km. 6,3, Lumpur, Bumirejo, Kec. Margorejo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59163 (0295) 381407, lokasi pabrik ini berbatasan dengan :

- a. Sebelah Utara: Berbatasan dengan Desa Gantungan, Kecamatan Margorejo.
- b. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Soko, Kecamatan Margorejo.
- c. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Desa Soko, Kecamatan Margorejo.
- d. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Desa Lumpur, Kecamatan Margorejo.

Jika dilihat dari pemilihan lokasi pabrik ini mempunyai beberapa keuntungan, yaitu:

- a. Dekat dengan daerah penghasil kacang tanah, baik di Jawa Tengah seperti Wonogiri, Jepara, Kudus, maupun di Jawa Timur seperti Tuban dan Pasuruan.
- b. Cukup tersedianya tenaga kerja terutama tenaga kerja harian maupun kontrak. Sangat dekat dengan jalan raya Pantai Utara Jawa (Jalan Pantura), sehingga akses bahan baku, bahan pembantu, dan distribusi produk mudah dilakukan.
- c. Tersedianya sumber air yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pabrik, baik untuk proses produksi maupun kebutuhan lainnya.

2.1.4 Ketenagakerjaan PT. DUA KELINCI

1. Pelaksanaan Jam Kerja Pada PT. DUA KELINCI

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan. Berdasarkan cara pengajiannya, tenaga kerja di PT DUA KELINCI ini dibagi menjadi 3 macam, yaitu pekerja bulanan, harian tetap, dan kontrak. Jumlah tenaga kerja di PT. Dua Kelinci adalah 6.000 orang. Distribusi rincian jumlah tenaga kerja untuk 3 macam pekerja tersebut yaitu pekerja staff sebanyak 700 orang. Sedangkan pekerja di produksi dan teknik yaitu 5.300 orang, untuk pekerja tetap sebanyak 1.500 orang, dan untuk pekerja kontrak sebanyak 3.800 orang.

Berdasarkan uraian tersebut PT. Dua Kelinci selalu memberikan peraturan pada setiap karyawannya agar selalu taat pada peraturan dan disiplin dalam bekerja.

Dalam pelaksanaan harian kerja, pekerja PT. DUA KELINCI dibagi 2 macam jam kerja yaitu shift dan non shift.

Tabel 2.1 Jam Kerja Karyawan

Sumber : Personalia PT. Dua Kelinci, 2023

Prakerja	Jam Kerja
Non Shift	07:00 – 15:45
Shit 1	06.30 – 15.00
Shift 2	14.30 – 23.00
Shift 3	22.30– 07.00

2.1.5 Produk yang dihasilkan PT. DUA KELINCI

PT Dua Kelinci telah mengembangkan serta menyempurnakan kacang dan makanan ringan olahan berkualitas tinggi lainnya selama hampir 40 tahun. Inovasi yang baik terus menerus berlangsung di PT Dua Kelinci, ditambah dengan ketersediaan fasilitas modern, teknologi terkini, penambahan staf yang profesional dan berdedikasi. Macam-macam produk itu diantaranya :

1. Kacang Panggang

Dari kacang panggang produk ini menghasilkan macam-macamvmakanan ringan seperti Kacang Garing, Kacang Sangrai, danvKacang Garlic Nut.

2. Kacang Bersalut

Dari kacang bersalut produk ini menghasilkan macam-macam makanan ringan seperti Sukro Kribo, Kacang Telur, Kacang Sukro BBQ, Kacang Sukro Original, Kacang Sukro Polong, Kacang Sukro Oven Jagung

Panggang, Hot Nut Oven Pedas, dan Kacang Sanghai.

3. Kacang Polong

Dari kacang polong produk ini menghasilkan macam-macam makanan ringan seperti Mix Nut, Lofet, Polong Original, Polongmas Barbeque, Polongmas Ayam, Koro Original, Koro Pedas, Koro Rumput Laut, Koro Mix, Marning Pedas Manis, Marning Pizza, dan Marning Bawang Putih.

4. Makanan Ringan

Dari makanan ringan produk ini menghasilkan macam-macam makanan ringan seperti Krip-Krip Original, Krip-Krip Sweet Chili, Krip-Krip Spicy BBQ, Tic Tac Mix Max, Tix Tax Mix, Tic Tac Original, Tic Tac Pedas, Tic Tac Rumput Laut, Tic Tac Sapi Panggang, dan Tic Tac Ayam Bawang.

5. Wafer

Dari wafer produk ini menghasilkan macam-macam makanan ringan seperti Deka Crepes, dan Deka Wafer Roll.

2.1.6 Visi Dan Misi PT Dua Kelinci

a. Visi

Menjadi produsen makanan yang terpercaya di pasar lokal dan global, unggul dalam kualitas produk dan layanan melalui inovasi yang berkelanjutan.

b. Misi

Upaya mencapai visi misi nya, PT Dua Kelinci melakukan :

- a) Meningkatkan daya saing dengan fokus pada peningkatan

kualitas, efisiensi dan teknologi. Bekerja secara konsisten untuk meningkatkan kinerja dan memperkuat merek korporat dengan memanfaatkan dan memperluas jaringan distribusi global.

- b) Bersaing dalam kualitas dengan menjadi efisien dan menerapkan teknologi baru, serta tetap responsif terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen di Indonesia dan Internasional.

2.1.7 Slogan dan Komitmen PT. DUA KELINCI

Dalam usaha yang dilakukan guna meningkatkan kinerja dan meningkatkan kepuasan konsumen, maka PT Dua Kelinci Pati memiliki Slogan dan Komitmen sebagai “Menjadi yang terbaik di bidang food dan beferage industry”

Komitmen Perusahaan:

1. Menjaga kualitas produk-produk terbaik aman, dan halal demi kepuasan pelanggan. Meningkatkan produktifitas dan daya saing melalui pengembangan produk dan teknologi.
2. Mengembangkan manajemen dan Sumber daya serta mengantisipasi perubahan global.
3. Mengupayakan dan memperbaiki kelestarian dan keharmonisan lingkungan.

2.1.8 Motto Perusahaan PT Dua Kelinci

Di PT. Dua Kelinci terdapat Motto yang diterapkan untuk membuat karyawannya termotivasi untuk lebih baik dalam atau saat bekerja. Motto PT. Dua kelinci tersebut yaitu : “DJITU”

D = Disiplin J = Jujur

I = Inisiatif

T = Tanggung Jawab

U = Ulet

2.1.9 Budaya PT Dua Kelinci

Budaya perusahaan merupakan serangkaian nilai yang dipegang oleh perusahaan yang memberikan pengaruh pada perilaku seluruh anggota perusahaan. Budaya perusahaan wajib dipahami dan diamalkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Prinsip budaya perusahaan yang diterapkan PT Dua Kelinci adalah :

1. Disiplin
 - a. Memakai APD sesuai dengan prosedur perusahaan Mematuhi SOP
 - b. Datang dan melakukan presensi dengan tepat waktu
2. Jujur
 - a. Tidak melakukan kecurangan saat bekerja
 - b. Menginformasikan data sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan
3. Inisiatif
 - a. Melaporkan ke pihak berwenang apabila terdapat kerusakan pada alat kerja
4. Tanggung jawab
 - b. Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu dan tanpa diawasi
 - c. Menjalankan perintah atasan sesuai standar (job order)
5. Ulet
 - a. Memaksimalkan pekerjaan waktu istirahat digunakan untuk bekerja
 - b. Bekerja dengan ikhlas dan tidak beramlasan malasan selalu semangat

2.1.10 Transformasi Logo PT Dua Kelinci

Logo kacang yang digunakan Dua Kelinci saat itu memiliki sejarah yang unik. Suatu hari, pemilik Hadi Sutiono pergi memancing. Saat memancing, saya menemukan dua ikan melompat keluar dari air. Itu pertanda baik bagi pemiliknya. Berdasarkan cerita tersebut, maka dibuatlah desain logo dengan gambar dua ekor kelinci sedang memancing sambil duduk di atas kacang, dan dua ekor ikan melompat keluar. Selama puluhan tahun, logo ini menjadi ikon kacang tanah Indonesia. Logo yang bernilai sejarah ini telah diubah.

Dua kelinci menciptakan desain dengan nuansa yang lebih sederhana dan modern. Logo baru Dua Kelinci Peanuts adalah simbol dua ekor kelinci menghadap ke kanan, perubahan ini adalah salah satu kemajuan logo baru Dua Kelinci.



Gambar 2. 1 Logo PT Dua Kelinci

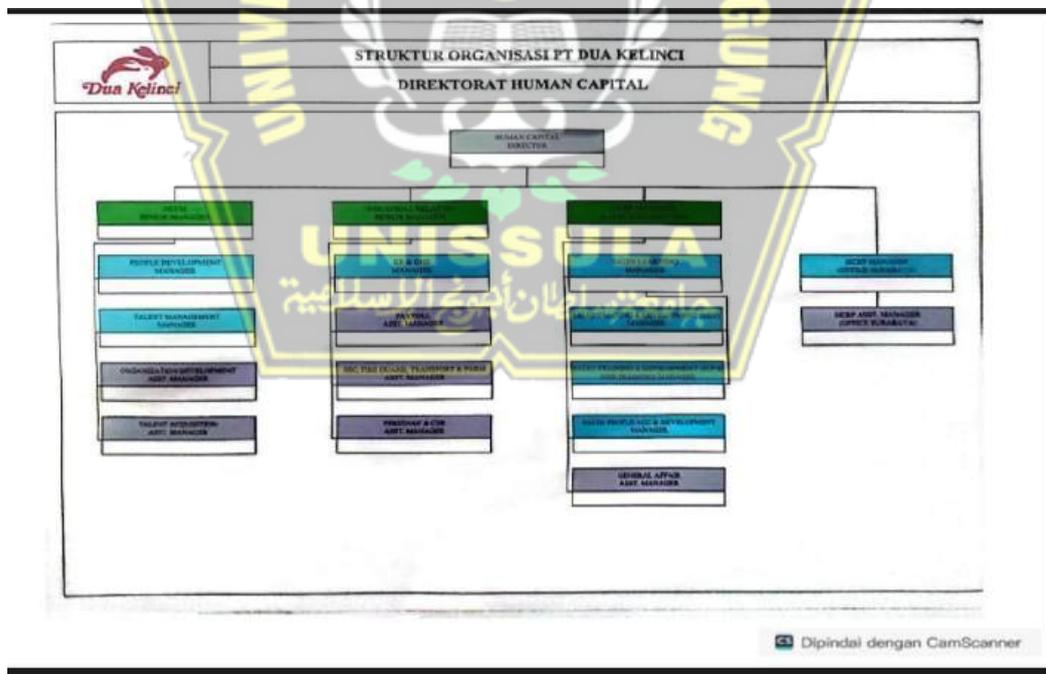


Before

After

Sumber : Personalia PT. Dua Kelinci, 2016

2.2 Struktur Organisasi PT Dua Kelinci



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Dua Kelinci

Sumber : Personalia PT. Dua Kelinci, 2016

Struktur organisasi PT Dua Kelinci menerapkan bentuk organisasi lini dan

staf. Garis kekuasaan pada organisasi lini adalah lurus kebawah dan setiap bawahan bertanggung jawab langsung kepada atasannya. Wewenang pada organisasi lini biasanya berwujud wewenang dari atasan kebawahan secara langsung. Posisi staf berfungsi untuk membantu pelaksanaan tugas perusahaan.

Direktur utama perusahaan sebagai motor penggerak yang bertugas memberi motivasi dan saran. Direktur utama membawa direktur kemudian direktur membawa manajer pemasaran. Manajer financial manager representative. Dan manajer public (factori manajer/fm). Posisi staf memiliki hak untuk menyarankan, merekomendasi atau konsultasi kepada personal lini, akan tetapi, para staf tidak memiliki wewenang memerintah personal lini, penerapan bentuk ini dimaksudkan untuk memudahkan koordinasi kerja, selain itu, supaya kebijaksanaan strategis perusahaan diturunkan dengan lancar keseluruhan bagian.

Uraian tugas sesuai fungsi dan jabatan serta didasarkan pada struktur organisasi PT Dua Kelinci direktorat operasi:

1. Direktur Operasi Direktur Operasi bertanggung jawab mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasional perusahaan.
2. Operations Excellence Operations Excellence merupakan tanggung jawab langsung Direktur Operasional yang mendukung aktivitas perusahaan dalam mengidentifikasi, merencanakan, dan melaksanakan program perusahaan.
3. Manajer Senior Direktur Operasi dan Keunggulan Operasi juga membawahi Manajer Senior, Manajer, dan Asisten.
4. Teknik, Rantai Pasokan, Produksi, QA/LAB, GAPRL, Manajer HRD.

Saat melaksanakan program pelatihan karyawan, manajer senior HRD , dengan dukungan dari manajer dan asisten HRD , diberi wewenang untuk melakukan pelatihan dan membuat proses untuk berbagai jenis pelatihan dan evaluasi pelatihan.

- a. HRD Senior Manager Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pelatihan karyawan.
- b. HRD Manager bertanggung jawab atas tugas Senior Manager HRD dalam segala aktivitas seperti pelatihan Karyawan. HRD Manager juga melengkapisegala keperluan dan kebutuhan pelatihan.
- c. Asisten HRD Manager Dengan kata lain mendukung seluruh tugas HRD Manager untuk menjalankan program-program yang diberikan oleh HRD Manager.

2.3 Profil Humas PT Dua Kelinci

Hubungan antarmanusia merupakan prasyarat utama keberhasilan komunikasi, baik itu komunikasi pribadi maupun komunikasi yang terjadi dalam suatu perusahaan atau instansi. Menguasai hubungan karyawan dalam suatu perusahaan atau instansi akan sangat membantu sebagai seorang pemimpin dalam menunjang komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi adalah alat yang kita gunakan untuk berinteraksi antara seseorang dengan orang atau kelompok lain, jadi komunikasi mencakup segala sesuatu yang kita lakukan. Sedangkan hubungan antarmanusia merupakan hubungan antarpribadi yang selalu dibutuhkan oleh karyawan dan menitikberatkan pada fungsi dan makna manusia sebagai makhluk sosial. Hubungan interpersonal yang harmonis menciptakan lingkungan kerja yang

nyaman dan mempengaruhi semangat karyawan dalam melaksanakan segala tugasnya. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan tidak hanya rasa sejahtera dan kepuasan, namun juga semangat dan aktivitas kerja yang dilandasi semangat kolaborasi produktif.

Hubungan, dalam konteks organisasi kerja, melibatkan seseorang yang mempengaruhi orang lain dengan cara membujuk, mengajak, atau membujuk secara emosional untuk melakukan suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan, dan kedua belah pihak mengalami kepuasan batin hanya terjadi jika Hubungan terfokus pada aktivitas (berorientasi pada tindakan) dengan cara yang mempengaruhi komitmen yang bersifat psikologis, dan kedua belah pihak merasa puas.

Menurut Keith Davis, "hubungan" adalah interaksi antara satu orang dengan orang lain di tempat kerja atau organisasi kerja. Dari perspektif kepemimpinan, kelompok bertanggung jawab untuk memotivasi orang untuk berinteraksi dengan situasi kerjanya dan berkolaborasi secara produktif sehingga tercapai kepuasan ekonomi, psikologis, dan sosial.

2.4 Profil Narasumber

Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan penjelasan tentang profile narasumber yang akan digunakan dalam penelitian ini. 3 narasumber tersebut adalah

a. Identitas Narasumber

Nama : Edyana

Usia : 42 tahun

Asal : Pati

Jabatan : Kepala bagian humas PT Dua Kelinci

b. Identitas Narasumber

Nama : Ika Rahmatika

Usia : 53 tahun

Asal : Kudus

Jabatan : Kepala Bagian People Development PT Dua Kelinci

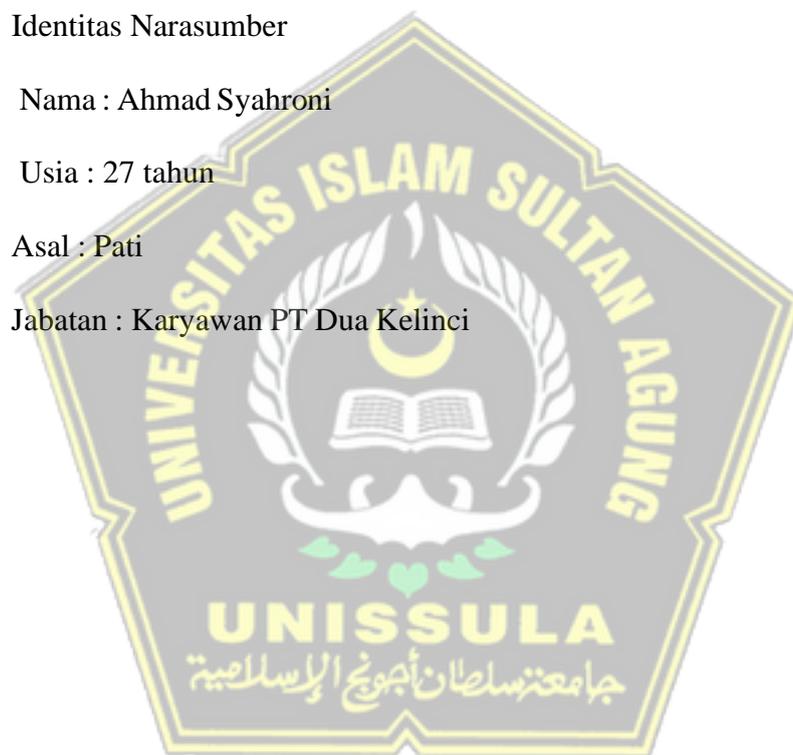
c. Identitas Narasumber

Nama : Ahmad Syahroni

Usia : 27 tahun

Asal : Pati

Jabatan : Karyawan PT Dua Kelinci



BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran *public relations* dalam meningkatkan kinerja karyawan PT Dua Kelinci. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian secara terstruktur dengan menggunakan teknik wawancara mendalam yang melibatkan informan dari PT Dua Kelinci, yaitu anggota Kepala bagian Humas PT Dua Kelinci, Kepala bagian divisi *People Of Developmet* dan Karyawan PT Dua Kelinci. Pada bab ini, peneliti akan memaparkan data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara mendalam dengan informan untuk memahami strategi yang dilakukan oleh PR dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT Dua Kelinci.

Beberapa hasil penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana strategi internal yang dilakukan oleh PR dalam meningkatkan kinerja karyawan.

3.1 Pelaksanaan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, informan penelitian memegang peranan penting karena informan harus benar-benar mengenal dan terlibat dengan obyek penelitian. Informan menjadi unsur yang mendukung peneliti dalam memperoleh data atau informasi yang selanjutnya secara sistematis yang akan diolah dan disusun oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan anggota Divisi Humas yang menjabat sebagai Direktur utama untuk mendapatkan informasi mengenai strategi PR dalam meningkatkan kinerja karyawan yang dilakukan oleh PT Dua Kelinci melalui teknik

wawancara mendalam. Kegiatan wawancara dilakukan secara tatap muka pada tanggal 10 Mei 2024 jam 15.00 - 16.00 WIB dan Whatsup pada tanggal 12 Mei 2024 jam 10.00 - 11.00 WIB.

3.2 Tabel wawancara dengan Informan PT Dua Kelinci

Table 3.2 1 Hasil wawancara dengan responden terkait komunikasi yang dilakukan dari atasan ke bawahan

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Komunikasi dari atasan ke bawahan dan begitu juga sebaliknya apakah sudah terjalin dengan baik?	Komunikasi antara atasan dan bawahan sudah cukup baik karena Secara rutin, divisi Humas harus melakukan survei atau wawancara dengan karyawan untuk mengevaluasi seberapa baik komunikasi berlangsung dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.	Divisi <i>people of development</i> menilai bahwa komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan masih kurang bagus dikarenakan kurangnya pemahaman karyawan terkait dengan saluran komunikasi online ,seperti email, <i>WhatsApp</i> dan forum diskusi, yang memungkinkan pertukaran	Komunikasi dari atasan ke bawahan belum terjaga dengan baik karena dilihat dari beberapa teman saya masih belum adanya suasana kondusif dalam bekerja dan masih ada yang saling menjatuhkan satu sama lain.

		informasi secara dua arah.	
--	--	-------------------------------	--

Sumber : wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Kesimpulan hasil wawancara terhadap ketiga informan yaitu komunikasi dari atasan ke bawahan dalam organisasi masih belum berjalan dengan baik. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman pihak manajemen terhadap media komunikasi yang digunakan oleh fungsi humas (*public relations*) perusahaan. Seringkali, pimpinan tidak memperhatikan saluran dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas, sehingga pesan-pesan penting tidak tersampaikan dengan efektif kepada karyawan di level bawah. Akibatnya, terjadi kesenjangan informasi dan pemahaman antara manajemen dan staf operasional.

Selain itu, humas juga belum mampu mengelola media komunikasi internal perusahaan dengan optimal. Mereka belum secara rutin menyampaikan informasi penting melalui saluran komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi karyawan. Padahal, pemilihan media komunikasi yang tepat sangat mempengaruhi tingkat keterbukaan dan kejelasan informasi yang diterima oleh karyawan. Oleh karena itu, dibutuhkan peningkatan kompetensi humas dalam memahami dan memanfaatkan media komunikasi internal demi mendukung efektivitas komunikasi dari atasan ke bawahan.

Table 3.2 2 hasil wawancara terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan
oleh PR

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Strategi komunikasi Apa yang digunakan oleh PR?	Menurut saya alat ukur yang kami lakukan yaitu dengan menggunakan	Kami selaku devisi <i>people of development</i> untuk menentukan alat ukur komunikasi	Kami selaku karyawan menilai bahwa berbagai saluran komunikasi yang digunakan oleh PR
Apakah strategi tersebut dapat mengukur efektifitas dan perilaku kerja karyawan?	Komunikasi Dua Arah: 1. Saluran Komunikasi Terbuka: Menggunakan berbagai saluran komunikasi,	mengadakan program Pendidikan dan Pelatihan: 1. Pelatihan Keterampilan	belum cukup efektif hal itu disebabkan karena komunikasi menggunakan saluran
Apakah strategi tersebut sudah efektif (berhasil) terhadap karyawan dan kualitas perilaku kerja karyawan?	seperti rapat staf, email, platform komunikasi internal (seperti intranet atau aplikasi pesan instan), untuk memastikan informasi dapat disampaikan dengan jelas dan karyawan dapat memberikan	Komunikasi: Menyediakan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. 2. Sesi Pembekalan: Mengadakan sesi pembekalan tentang perubahan	komunikasi seperti email belum cukup familiar bagi kami.

	umpan balik. 2.Mengadakan forum diskusi dan sesi Tanya Jawab: Mengadakan sesi tanya jawab rutin atau forum diskusi di mana karyawan dapat menyampaikan pendapat, pertanyaan, dan kekhawatiran mereka.	kebijakan atau prosedur baru.	
--	---	-------------------------------	--

Sumber : wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa ketiga informan menganggap bahwa strategi yang paling dominan dalam upaya peningkatan kinerja yaitu menjaga komunikasi dengan melakukan komunikasi dua arah. Penggunaan platform media sosial juga sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi yang positif dalam peningkatan kinerja karyawan.

Kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan yaitu Strategi komunikasi yang digunakan oleh PR adalah komunikasi terbuka melalui berbagai saluran komunikasi perusahaan salah satunya adalah menggunakan email. Dalam menerapkan strategi komunikasi terbuka untuk meningkatkan kinerja karyawan, humas (PR) perusahaan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi internal yang tersedia. Salah satu saluran yang sering digunakan adalah email. Melalui email,

humas secara rutin menyampaikan berbagai informasi penting terkait dengan kebijakan, program, dan pencapaian perusahaan. Informasi tersebut dideseminasikan dengan bahasa yang mudah dipahami agar karyawan dapat memahami konteks dan relevansinya dengan pekerjaan mereka. Selain itu, humas juga membuka ruang bagi karyawan untuk memberikan masukan, umpan balik, atau pertanyaan melalui email tersebut. Namun, menurut pengakuan humas, strategi komunikasi terbuka yang dilakukan melalui email belum sepenuhnya efektif dalam mengukur efektivitas dan perubahan perilaku kerja karyawan. Hal ini dikarenakan humas belum memiliki kriteria pengukuran yang terstandar untuk mengevaluasi dampak komunikasi tersebut terhadap kinerja karyawan. Selama ini, humas lebih berfokus pada jumlah keterlibatan dan tanggapan karyawan terhadap email yang dikirimkan, tanpa mengaitkannya secara langsung dengan perubahan perilaku dan kinerja yang diharapkan.

Oleh karena itu, humas mengakui perlunya evaluasi lebih lanjut terhadap strategi komunikasi terbuka yang dilakukan melalui email maupun saluran komunikasi lainnya. Humas berencana untuk mengembangkan indikator dan alat ukur yang lebih komprehensif agar dapat menilai efektivitas komunikasi dalam mendorong perubahan perilaku kerja yang positif dan peningkatan kinerja karyawan secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi komunikasi terbuka dapat ditingkatkan dan diselaraskan dengan tujuan organisasi secara lebih efektif.

Table 3.2 3hasil wawancara terkait dengan penerapan system *reward* dalam perusahaan

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Apakah menurut anda sistem <i>reward</i> yang diterapkan di tempat anda bekerja ini sudah baik?	Sudah,karena secara <i>factual</i> mampu meningkatkan kinerja karyawan. Sistem <i>reward</i> juga tidak hanya terkait dengan kompensasi finansial, namun juga bentuk penghargaan non-finansial, seperti promosi jabatan, pengakuan atas prestasi,	Sudah,karena secara <i>factual</i> mampu meningkatkan kinerja karyawan	Sudah,karena secara <i>factual</i> mampu meningkatkan kinerja karyawan

Sumber : wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan yaitu system reward yang diterapkan sudah cukup baik untuk meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah melalui sistem *reward* yang komprehensif. Menurut pengamatan PR, sistem *reward* yang diterapkan saat ini telah dirancang dengan baik untuk memotivasi karyawan dan mendorong peningkatan kinerja.

Sistem *reward* yang diterapkan mencakup berbagai bentuk, mulai dari kompensasi finansial seperti gaji, bonus, dan tunjangan, hingga non-finansial

seperti promosi, pengembangan karier, dan pengakuan/penghargaan. Kebijakan kompensasi telah diselaraskan dengan kinerja dan kompetensi individu, sehingga karyawan yang berkinerja baik dan memiliki kompetensi tinggi akan mendapatkan imbalan yang sepadan. Selain itu, perusahaan juga menerapkan program pengakuan dan penghargaan bagi karyawan yang mencapai target atau menunjukkan perilaku kerja yang sejalan dengan nilai-nilai perusahaan. Bentuk penghargaan tersebut tidak hanya berupa bonus finansial, namun juga pemberian sertifikat, plakat, atau kesempatan untuk mengikuti pelatihan atau konferensi. Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan.

Menurut ketiga informan di atas, sistem *reward* yang diterapkan saat ini telah cukup efektif dalam mendorong peningkatan kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan produktivitas, penurunan tingkat turnover, serta feedback positif dari karyawan terkait dengan kepuasan mereka terhadap sistem imbalan yang ada. Meskipun demikian, perusahaan tetap melakukan evaluasi dan penyempurnaan secara berkala agar sistem *reward* dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi karyawan.

Table 3.2 4hasil wawancara terkait dengan penilaian kinerja karyawan

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Apakah penilaian kinerja karyawan dibutuhkan di PT Dua Kelinci ?	<p>Iya dibutuhkan, penilaian kinerja yang jelas.</p> <p>Penilaian kinerja dilakukan secara periodic agar dapat mengembangkan kemampuan SDM.</p> <p>Dengan melakukan penilaian kinerja karyawan perusahaan dapat mengetahui kemampuan para karyawan. Penilaian kinerja ini dilakukan setiap 3 bulan sekali dimana point yang dinilai yaitu hasil dari kinerja dan kedisiplinan dalam pekerjaan.</p>	<p>Iya dibutuhkan karena penilaian kinerja juga dibutuhkan sebagai dasar pengambilan keputusan terkait pemberian kompensasi, promosi, rotasi, maupun pelatihan bagi karyawan dan penilaian menggunakan formulir. Sistem penilaian kinerja yang adil dan transparan akan mendorong karyawan untuk bekerja lebih produktif dan berkontribusi secara optimal bagi pencapaian tujuan perusahaan</p>	<p>Iya dibutuhkan, karena penilaian kinerja dapat memberikan mereka umpan balik yang jelas tentang kekuatan, kelemahan, dan Pengembangan diri. Namun PR perusahaan PT Dua Kelinci juga perlu memastikan bahwa formulir yang digunakan dalam penilaian kinerja disesuaikan dengan kebutuhan dan dilengkapi dengan panduan yang jelas bagi penilai. Sistem penilaian kinerja yang transparan juga akan mendorong untuk bekerja lebih baik</p>

Sumber : wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan yaitu Pertama, divisi Humas berpendapat bahwa penilaian kinerja karyawan merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Sistem penilaian yang transparan dan terstruktur dapat membantu meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Dengan adanya penilaian kinerja yang adil, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya dalam mengembangkan dan menghargai sumber daya manusia secara profesional.

Selanjutnya, berdasarkan masukan dari divisi Pengembangan Sumber Daya Manusia (*People of Development*), penilaian kinerja karyawan sangat dibutuhkan untuk mengukur dan mengevaluasi pencapaian individual secara periodik. Data penilaian kinerja ini diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan terkait kompensasi, promosi, rotasi, dan pelatihan bagi karyawan. Sistem penilaian yang efektif juga dapat memperkuat budaya organisasi yang berorientasi pada kinerja. Dari perspektif karyawan berpendapat bahwa penilaian kinerja dapat memberikan umpan balik yang jelas tentang kekuatan, kelemahan, dan area pengembangan diri. Sistem penilaian yang transparan juga dianggap dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik dan mencapai target yang ditetapkan. Karyawan juga menekankan pentingnya melibatkan mereka dalam proses penilaian kinerja. Mereka ingin memiliki kesempatan untuk memberikan masukan, mendiskusikan rencana pengembangan, serta menyampaikan aspirasi dan kebutuhan pribadi terkait dengan karier mereka.

Secara keseluruhan, baik divisi Humas, *People of Development*, maupun karyawan PT Dua Kelinci berpendapat bahwa penerapan sistem penilaian kinerja yang komprehensif dan transparan sangat dibutuhkan untuk mendorong peningkatan kinerja

individu dan organisasi dalam jangka panjang dari perspektif karyawan berpendapat bahwa penilaian kinerja dapat memberikan umpan balik yang jelas tentang kekuatan, kelemahan, dan area pengembangan diri. Sistem penilaian yang transparan juga dianggap dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik dan mencapai target yang ditetapkan. Karyawan juga menekankan pentingnya melibatkan mereka dalam proses penilaian kinerja. Mereka ingin memiliki kesempatan untuk memberikan masukan, mendiskusikan rencana pengembangan, serta menyampaikan aspirasi dan kebutuhan pribadi terkait dengan karier mereka.

Secara keseluruhan, baik divisi Humas, *People of Development*, maupun karyawan PT Dua Kelinci berpendapat bahwa penerapan sistem penilaian kinerja yang komprehensif dan transparan sangat dibutuhkan untuk mendorong peningkatan kinerja individu dan organisasi dalam jangka panjang.

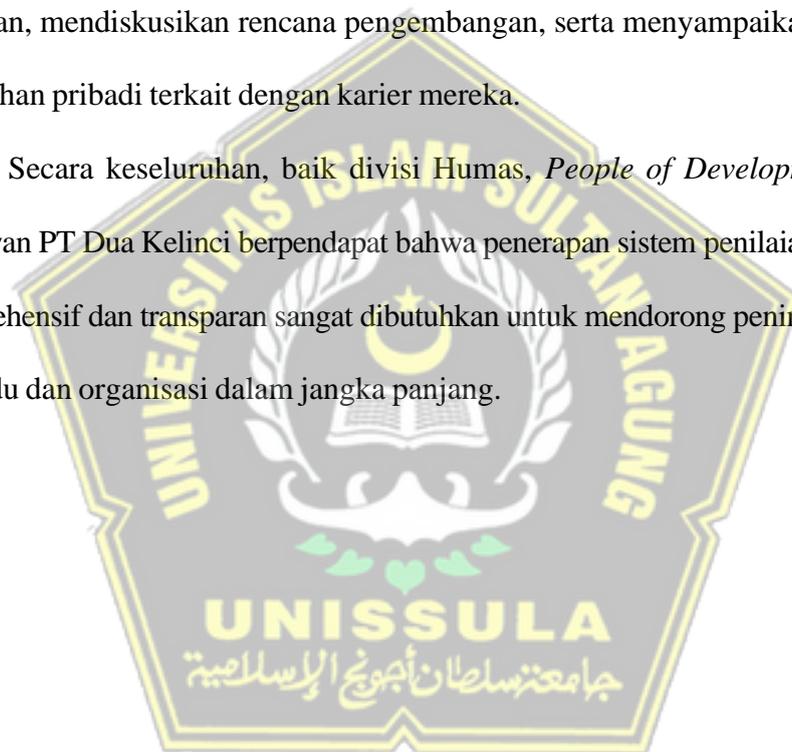


Table 3.2 5hasil wawancara terkait dengan kelebihan dan kelemahan sitem

penilaian kerja yang ada di perusahaan

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Bagaimana kelebihan dan kelemahan dalam system penilaian kinerja karyawan yang ada saat ini?	<p>Kelebihannya adalah mudah saya lakukan.</p> <p>Kelemahannya adalah belum adanya standar-standar kinerja yang tepat untuk mengukur kinerja karyawan dan masih bersifat lisan karena saya hanya mengukur kinerja melalui pengamatan langsung.</p>	<p>Kelebihannya yaitu mudah dilakukan</p> <p>Kekurangannya yaitu saya tidak setiap hari memantau kinerja para karyawan secara langsung, terkadang hanya diskusi saja dengan para kepala bagian.</p> <p>Selain itu untuk kedepanya jika terjadi penambahan karyawan, saya juga pasti akan lebih susah dalam mengevaluasi satu per satu sehingga perlu adanya penilaian yang tercatat.</p>	<p>Kelebihannya yaitu apabila penilaian terhadap kinerja dilakukan dengan baik maka untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan, sehingga karyawan dapat diarahkan ke program pengembangan yang sesuai untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi mereka.</p> <p>Penilaian kinerja yang efektif juga dapat membantu dalam merencanakan jalur karir,</p>

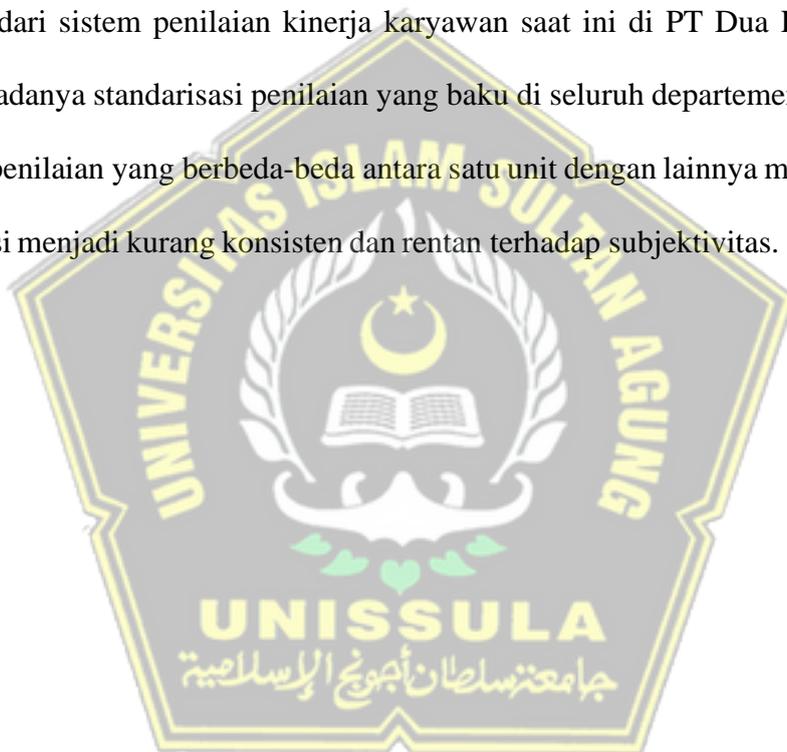
			<p>promosi, dan peningkatan gaji berdasarkan kinerja yang telah dicapai.</p> <p>Kekurangannya yaitu Beberapa karyawan merasa bahwa penilaian kinerja yang hanya dilakukan setahun sekali tidak cukup sering untuk memberikan umpan balik yang relevan dan tepat waktu.</p>
--	--	--	--

Sumber : wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan yaitu Salah satu kelebihan dari sistem penilaian kinerja karyawan yang saat ini diterapkan di PT Dua Kelinci adalah kemudahan dalam pelaksanaannya. Proses penilaian dilakukan secara berkala dengan menggunakan formulir sederhana yang harus diisi oleh atasan langsung. Pendekatan ini dianggap praktis dan dapat dilakukan tanpa membutuhkan banyak sumber daya.

Selain itu, sistem penilaian kinerja yang ada saat ini juga fleksibel, di mana parameter penilaian dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masing- masing departemen atau unit kerja. Hal ini memungkinkan manajemen

untuk mengevaluasi karyawan berdasarkan aspek-aspek yang paling relevan dengan tanggung jawab pekerjaannya. Lebih lanjut, proses penilaian yang dilakukan secara rutin setiap tahun juga memungkinkan manajemen untuk memantau perkembangan kinerja karyawan dalam jangka panjang. Data penilaian ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan terkait pengembangan karier, rotasi, dan pemberian kompensasi. Namun demikian, salah satu kelemahan utama dari sistem penilaian kinerja karyawan saat ini di PT Dua Kelinci adalah belum adanya standarisasi penilaian yang baku di seluruh departemen. Kriteria dan bobot penilaian yang berbeda-beda antara satu unit dengan lainnya membuat proses evaluasi menjadi kurang konsisten dan rentan terhadap subjektivitas.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Pada bab ini, peneliti menyajikan analisis mendalam mengenai temuan yang telah diuraikan pada bab 3, dengan fokus utama pada penanganan keluhan sebagai strategi komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT Dua Kelinci. Analisis ini dilakukan dengan menerapkan Teori X dan Teori Y, dua konsep manajemen yang dikembangkan oleh Douglas McGregor, yang berperan penting dalam memahami bagaimana perilaku karyawan dapat dipengaruhi oleh pendekatan manajerial yang diterapkan oleh perusahaan.

Dalam melakukan analisis ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dan deskriptif yang dirancang untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang terjadi di lapangan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kajian terstruktur, termasuk penggunaan teknik wawancara mendalam dengan karyawan dan manajer yang terlibat langsung dalam implementasi strategi komunikasi di perusahaan. Teknik wawancara ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang kaya dan mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan pandangan para partisipan terkait dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan.

Hasil dari wawancara dan analisis data menunjukkan bahwa strategi internal yang diterapkan oleh tim *Public Relations* (PR) di PT Dua Kelinci mencakup berbagai pendekatan yang beragam dan sejalan dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam Teori X dan Teori Y. Teori X, yang berasumsi bahwa karyawan pada dasarnya cenderung enggan bekerja dan perlu diawasi secara ketat, tercermin

dalam pendekatan otoritatif yang diterapkan oleh manajemen. Pendekatan ini terlihat dalam upaya PR untuk menegakkan disiplin, mengontrol proses kerja, dan memastikan bahwa standar kinerja dipatuhi oleh semua karyawan.

Di sisi lain, Teori Y, yang menganggap bahwa karyawan memiliki potensi untuk bekerja secara produktif dan termotivasi oleh penghargaan serta pengakuan, juga diterapkan oleh PR melalui pendekatan partisipatif. Pendekatan ini melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan, memberikan mereka ruang untuk menyuarakan pendapat, dan mengelola keluhan mereka dengan cara yang empatik dan konstruktif. Dengan demikian, *public relations* PT Dua Kelinci berhasil menciptakan keseimbangan antara kontrol ketat dan pemberian motivasi, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja karyawan.

4.1 Menjaga komunikasi internal dengan baik antara *Public Relations* dan Karyawan

Komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* melalui media email sedangkan karyawan atau bawahan tidak terlalu familiar menggunakan email. Mereka cenderung lebih intens menggunakan social media dengan notifikasi langsung seperti Whatsap. Kondisi tersebut memberikan dampak terhadap lambatnya arus informasi yang diterima bawahan sehingga kinerja karyawan menjadi lebih lambat. PR yang beradaptasi dengan preferensi komunikasi karyawan, seperti menggunakan media sosial atau platform komunikasi lain yang lebih nyaman, mencerminkan pendekatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Teori Y. Dengan cara ini, PR tidak hanya menyampaikan pesan secara efektif tetapi juga menunjukkan bahwa mereka menghargai dan memperhatikan preferensi

karyawan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan karyawan terhadap manajemen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan mereka dalam pekerjaan.

Teori Y juga menekankan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, di mana karyawan merasa didengar dan dihargai. Dalam konteks ini, melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan terkait saluran komunikasi adalah langkah penting. Ketika karyawan memiliki suara dalam pemilihan saluran komunikasi, mereka akan merasa lebih dihargai dan diakui sebagai bagian penting dari organisasi. Ini juga dapat mengurangi resistensi terhadap perubahan dan meningkatkan keterlibatan karyawan, karena mereka merasa bahwa preferensi dan kebutuhan mereka dipertimbangkan dalam keputusan yang diambil oleh manajemen.

Sebaliknya, Teori X memberikan pandangan yang lebih pesimistis tentang sifat manusia dalam konteks kerja. Menurut Teori X, karyawan pada dasarnya tidak termotivasi dan cenderung menghindari tanggung jawab. Oleh karena itu, manajemen perlu memberikan pengawasan ketat, arahan yang jelas, dan struktur yang tegas untuk memastikan bahwa karyawan dapat menyelesaikan tugas mereka dengan baik. Dalam konteks komunikasi, pendekatan ini mungkin berarti bahwa PR akan lebih fokus pada penyampaian pesan yang jelas dan terstruktur tanpa terlalu memperhatikan preferensi karyawan. Namun, ini dapat menyebabkan karyawan merasa tidak dihargai atau bahkan terisolasi, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap keterlibatan dan kinerja mereka.

4.2 Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Karyawan

Pentingnya Loyalitas dan Kepuasan Karyawan merupakan dua elemen kunci yang berkontribusi langsung pada kinerja organisasi. Karyawan yang loyal cenderung lebih termotivasi, memiliki komitmen yang kuat terhadap perusahaan, dan cenderung bertahan lebih lama. Kepuasan karyawan, di sisi lain, mencakup perasaan karyawan terhadap pekerjaan mereka, lingkungan kerja, dan hubungan dengan manajemen. Ketika karyawan merasa puas dan loyal, mereka lebih produktif, lebih sedikit absen, dan lebih mungkin untuk berkontribusi secara positif terhadap tujuan organisasi. Oleh karena itu, meningkatkan loyalitas dan kepuasan karyawan harus menjadi prioritas bagi PR dalam strategi komunikasi internal.

Penjelasan tersebut lebih relevan dengan Teori Y yang diciptakan oleh Douglas McGregor. Teori Y berfokus pada pandangan positif terhadap karyawan, menganggap mereka sebagai individu yang memiliki motivasi intrinsik, bertanggung jawab, dan mampu mengarahkan diri mereka sendiri. Dalam Teori Y, karyawan cenderung lebih puas dan loyal ketika mereka diberikan kebebasan untuk berinovasi, berkontribusi secara bermakna, dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Pada konteks yang Anda jelaskan, peran *Public Relations* (PR) dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan karyawan sangat sejalan dengan prinsip-prinsip Teori Y. Fokus pada komunikasi yang transparan, pengembangan lingkungan kerja yang mendukung, serta program penghargaan dan pengembangan karyawan adalah upaya untuk memaksimalkan potensi karyawan dan memotivasi mereka secara intrinsik. Ini adalah pendekatan yang menekankan kepercayaan dan

pemberdayaan, sesuai dengan asumsi dasar Teori Y bahwa karyawan, jika diberi kesempatan, akan berkontribusi secara positif dan produktif terhadap organisasi.

Sebaliknya, Teori X lebih menekankan pandangan negatif terhadap karyawan, menganggap mereka cenderung malas, tidak suka bekerja, dan memerlukan pengawasan ketat. Pendekatan ini lebih fokus pada kontrol dan pengawasan, yang bertentangan dengan strategi PR yang dijelaskan di atas, yang justru menekankan pentingnya kepuasan dan loyalitas melalui dukungan dan pemberdayaan.

4.3 Melakukan strategi komunikasi dua arah

Strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh PR guna meningkatkan kinerja karyawan yaitu dengan memastikan komunikasi yang efektif dan dua arah, organisasi menggunakan berbagai saluran komunikasi. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan rapat staf sebagai forum untuk menyampaikan informasi secara jelas kepada karyawan. Selain itu, email dan platform komunikasi internal seperti internet atau aplikasi pesan instan juga dimanfaatkan agar informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Salah satu kondisi yang ditemukan oleh peneliti pada saat melakukan wawancara adalah strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh PR guna meningkatkan kinerja karyawan yaitu dengan memastikan komunikasi yang efektif dan dua arah, organisasi menggunakan berbagai saluran komunikasi.

Penjelasan tersebut lebih relevan dengan Teori Y yang diciptakan oleh Douglas McGregor.

Teori Y menekankan pada:

- a. Komunikasi dua arah yang efektif antara manajemen dan karyawan.
- b. Melibatkan karyawan secara aktif dalam menyampaikan ide, pendapat, dan kekhawatiran mereka.
- c. Menciptakan budaya keterbukaan dan transparansi dalam organisasi.
- d. Memahami preferensi dan kebutuhan karyawan dalam memilih saluran komunikasi yang tepat.

Hal-hal tersebut sesuai dengan pendekatan komunikasi yang dideskripsikan dalam teks, di mana organisasi berusaha untuk:

- a. Memastikan komunikasi dua arah yang efektif
- b. Memanfaatkan berbagai saluran komunikasi agar informasi dapat tersampaikan dengan baik
- c. Mengadakan forum diskusi dan sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan bagi karyawan menyampaikan pendapat dan kekhawatiran mereka

Sementara Teori X cenderung berfokus pada pandangan bahwa karyawan malas dan perlu diawasi ketat, serta komunikasi bersifat satu arah dari manajemen ke karyawan.

4.4 Penerapan system *reward* dalam perusahaan

Strategi lain yang dilakukan oleh PR untuk meningkatkan kinerja adalah melalui pemberian *reward* (penghargaan). Penghargaan tersebut diberikan kepada karyawan dengan kriteria.

- a. Kontribusi dan hasil kerja yang memuaskan.

- b. Kinerja yang konsisten.
- c. Pencapaian yang signifikan.
- d. Partisipasi dalam pengembangan.
- e. Kerja Tim yang efektif.

Sistem *reward* yang baik di perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen. Humas perusahaan menyatakan bahwa sistem *reward* yang efektif dan adil dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja karyawan secara keseluruhan. "*People of Development*", yaitu mereka yang bekerja di bidang pembangunan dan pengembangan karyawan, juga mengapresiasi sistem *reward* yang sudah berjalan dengan baik di perusahaan. Mereka menyatakan bahwa insentif, bonus, maupun penghargaan yang diberikan secara proporsional kepada karyawan dapat memotivasi mereka untuk bekerja lebih produktif dan memberikan kontribusi yang optimal.

Penjelasan terkait dengan pemberian sistem *reward* lebih relevan dengan Teori Y yang diciptakan oleh Douglas McGregor. Teori Y berasumsi bahwa karyawan pada dasarnya melihat pekerjaan sebagai sesuatu yang alami dan memotivasi mereka jika kondisi kerja yang tepat tercipta. Dalam konteks ini, karyawan dianggap mampu berinovasi, bertanggung jawab, dan memiliki dorongan internal untuk mencapai tujuan organisasi jika diberikan penghargaan dan kesempatan untuk berkembang.

Sistem *reward* yang diberikan termasuk penghargaan finansial dan non-finansial, promosi, pengakuan atas prestasi, serta kesempatan pengembangan diri

mencerminkan kepercayaan pada motivasi intrinsik karyawan. Hal ini sesuai dengan pandangan Teori Y bahwa ketika karyawan merasa dihargai dan didukung, mereka cenderung bekerja lebih produktif, berkontribusi secara maksimal, dan termotivasi untuk terus mengembangkan diri serta organisasi.

Sebaliknya, Teori X berasumsi bahwa karyawan secara alami tidak suka bekerja, memerlukan pengawasan ketat, dan perlu didorong dengan ancaman hukuman atau kontrol ketat untuk mencapai kinerja yang diinginkan. Teori ini tidak sejalan dengan pendekatan reward yang Anda jelaskan, karena fokus Teori X lebih pada kontrol dan disiplin daripada pemberian penghargaan dan pengembangan diri.

4.5 Melakukan penilaian kinerja karyawan secara periodik dan dengan formulir penilaian untuk mengetahui perkembangan karyawan.

Penilaian kinerja karyawan merupakan komponen krusial dalam manajemen sumber daya manusia yang dirancang untuk mengevaluasi hasil kerja individu dalam organisasi. Proses ini umumnya dilakukan secara periodik, dengan menggunakan formulir penilaian yang memfokuskan pada hasil kerja dan memberikan umpan balik konstruktif.

Teori yang digunakan ini memberikan asumsi bahwa karyawan cenderung tidak menyukai pekerjaan mereka dan akan menghindari tanggung jawab jika memungkinkan. Oleh karena itu, mereka perlu diawasi ketat dan didorong dengan kontrol yang kuat serta penilaian yang sering untuk memastikan mereka bekerja dengan baik. Jika penilaian kinerja karyawan dilakukan dengan pendekatan yang sangat kontrolatif, menekankan pengawasan ketat, dan lebih fokus pada mendisiplinkan dan mengoreksi kesalahan, maka pendekatan ini lebih cocok

dengan Teori X. Dalam konteks ini, penilaian kinerja periodik dan formulir penilaian digunakan untuk memantau, mengawasi, dan mengarahkan karyawan yang mungkin kurang termotivasi atau cenderung menghindari tanggung jawab.

Sebaliknya, Teori Y mengasumsikan bahwa karyawan cenderung menyukai pekerjaan mereka dan bersedia mengambil tanggung jawab serta berkontribusi secara aktif jika mereka diberikan kesempatan. Teori ini lebih menekankan pada motivasi intrinsik dan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Jika penilaian kinerja karyawan dilakukan dengan pendekatan yang mendukung pengembangan pribadi, memberikan umpan balik konstruktif untuk meningkatkan kompetensi, dan memberikan peluang pengembangan karir, maka pendekatan ini lebih cocok dengan Teori Y. Dalam konteks ini, penilaian kinerja periodik dan formulir penilaian digunakan untuk memberdayakan karyawan, mendorong pertumbuhan mereka, dan mendukung pencapaian tujuan individu serta organisasi.

Penilaian kinerja karyawan secara periodik dan dengan formulir penilaian adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh PR dalam meningkatkan kinerja karyawan dan untuk dapat mengevaluasi hasil kerja karyawan. Penilaian kinerja memang dibutuhkan untuk mengetahui perkembangan SDM mereka. Penilaian dilakukan setiap tiga bulan sekali. Point yang dinilai adalah hasil kinerja yang baik dan kedisiplinan dalam pekerjaan. Pemberian umpan balik menjadi hal yang sangat penting dalam proses ini. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa cara seperti :

1. Penilaian Kinerja Periodik

Proses evaluasi dan penilaian prestasi kerja karyawan yang dilakukan secara rutin dan berkesinambungan dalam interval waktu tertentu, biasanya setiap 3 bulan

sekali. Tujuan utamanya adalah untuk menilai pencapaian kinerja karyawan selama periode tersebut dan memberikan umpan balik yang konstruktif untuk pengembangan karyawan. Dalam Penilaian Kinerja Periodik, organisasi mengevaluasi berbagai aspek kinerja karyawan, seperti kualitas dan kuantitas hasil kerja, penerapan kompetensi, perilaku kerja, dan kontribusi terhadap tujuan organisasi. Hasil penilaian ini didokumentasikan dan menjadi bagian dari catatan kinerja karyawan. Umpan balik yang diberikan kepada karyawan mencakup informasi mengenai kekuatan, kelemahan, dan area-area yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, karyawan dapat menggunakan umpan balik tersebut untuk merencanakan langkah-langkah pengembangan diri dan meningkatkan kinerjanya di masa mendatang. Selain itu, Karyawan yang menunjukkan kinerja tinggi dan memiliki potensi dapat dipertimbangkan untuk mendapatkan kesempatan pengembangan karir yang lebih baik, seperti promosi, rotasi, atau pelatihan khusus.

Hasil Penilaian Kinerja Periodik juga dapat menjadi pertimbangan penting dalam keputusan-keputusan terkait sumber daya manusia, seperti kompensasi, promosi, atau bahkan mutasi karyawan. Dengan demikian, Penilaian Kinerja Periodik yang efektif dan objektif dapat menjadi alat strategis bagi organisasi untuk mengembangkan dan mempertahankan talenta terbaik, serta mendorong peningkatan kinerja dan loyalitas karyawan.

2. Formulir Penilaian

Penilaian Kinerja Karyawan Menggunakan Formulir merupakan salah satu metode yang sering digunakan oleh perusahaan dalam melakukan evaluasi dan

penilaian terhadap kinerja karyawan. Formulir penilaian kinerja ini berisi berbagai kriteria dan indikator yang digunakan untuk mengukur prestasi kerja karyawan secara sistematis dan terstruktur. Penggunaan formulir penilaian kinerja memiliki beberapa keunggulan. Pertama, formulir ini memberikan panduan yang jelas dan terperinci bagi atasan dalam melakukan penilaian. Kriteria- kriteria yang tercantum dalam formulir dapat mencakup aspek-aspek kinerja yang penting, seperti kualitas kerja, kuantitas, kedisiplinan, inisiatif, dan kemampuan bekerja sama. Hal ini membantu atasan untuk mengevaluasi karyawan secara objektif dan adil. Selain itu, formulir penilaian kinerja juga memberikan kesempatan bagi karyawan untuk melakukan penilaian diri (self-assessment) terlebih dahulu sebelum dinilai.

4.6 Memberikan *Punishment*

Public relations (PR) dalam organisasi memiliki tanggung jawab yang lebih luas dari sekadar mengelola hubungan eksternal; mereka juga berperan penting dalam mengelola komunikasi internal, termasuk bagaimana kebijakan seperti pemberian punishment atau sanksi diterapkan. Penerapan punishment oleh *Public relations* (PR) dalam organisasi menunjukkan bahwa dalam konteks pemberian punishment dan pengelolaan komunikasi internal di organisasi, pendekatan yang dijelaskan lebih relevan dengan Teori Y yang dikembangkan oleh Douglas McGregor.

Teori Y berpendapat bahwa karyawan lebih termotivasi dan dapat lebih produktif jika mereka merasa dihargai, dipercaya, dan diberikan kesempatan untuk berkontribusi secara positif. Teori ini menekankan pentingnya pendekatan yang humanis dan empatik dalam manajemen, serta pentingnya komunikasi yang terbuka

dan transparan. Berikut adalah beberapa poin yang menghubungkan Teori Y dengan penjelasan tersebut:

1. Komunikasi yang Humanis dan Empatik

Teori Y menganggap bahwa karyawan ingin diakui dan diperlakukan dengan hormat. Pendekatan empatik dalam mengkomunikasikan punishment mendukung keyakinan bahwa karyawan akan lebih responsif terhadap tindakan korektif jika mereka merasa diperlakukan dengan baik dan dimengerti.

2. Transparansi dalam Proses dan Kriteria

Teori Y mendorong transparansi dan partisipasi. Dengan memberikan penjelasan yang jelas tentang kriteria dan prosedur punishment, PR mendukung prinsip bahwa karyawan akan lebih memahami dan menerima keputusan yang diambil jika mereka merasa terlibat dalam proses.

3. Memberikan Penjelasan yang Jelas Mengenai Tujuan Punishment

Teori Y menekankan pentingnya memberikan makna dan tujuan dalam pekerjaan. Dengan menjelaskan bahwa punishment bertujuan untuk membantu karyawan berkembang dan memperbaiki kinerja, PR sejalan dengan prinsip bahwa karyawan akan lebih termotivasi jika mereka memahami tujuan dari tindakan yang diambil.

4. Menyediakan Saluran untuk Banding dan Diskusi

Menurut Teori Y, partisipasi dan dialog adalah kunci untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Menyediakan saluran

untuk banding dan diskusi mencerminkan keyakinan bahwa keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan akan meningkatkan rasa keadilan dan kepercayaan terhadap sistem manajemen.

Sebaliknya, Teori X yang lebih berfokus pada anggapan bahwa karyawan cenderung tidak menyukai kerja dan memerlukan pengawasan ketat, tidak selaras dengan pendekatan yang mengutamakan transparansi, empati, dan dialog dalam mengelola punishment. Teori X lebih cenderung menggunakan pendekatan otoriter dan hukuman sebagai cara utama untuk mengelola kinerja karyawan, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Teori Y.

Pemberian punishment yang dilakukan dengan benar dapat membawa dampak positif, namun jika tidak dikelola dengan baik, dapat menimbulkan dampak negatif:

a. Dampak Positif

Punishment yang tepat dapat memperbaiki perilaku karyawan dan mencegah terjadinya pelanggaran di masa depan. Selain itu, jika punishment diterapkan secara adil dan transparan, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan karyawan terhadap manajemen dan mendukung disiplin yang lebih baik dalam organisasi.

b. Dampak Negatif

Di sisi lain, *punishment* yang diterapkan secara sembarangan atau tidak adil dapat merusak hubungan antara karyawan dan manajemen, menurunkan moral, dan bahkan meningkatkan turnover. Karyawan yang merasa diperlakukan tidak adil mungkin menjadi kurang produktif atau bahkan meninggalkan perusahaan.

4.7 Kelebihan dan kelemahan sitem penilaian kerja yang ada di perusahaan

Perusahaan dapat membangun kepercayaan yang lebih besar antara pihak-pihak yang terlibat dalam penilaian kinerja. Karyawan akan merasa lebih dihargai dan didengarkan, yang dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan mereka dalam mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, pemberian umpan balik dua arah memungkinkan manajer untuk memahami dengan lebih baik kebutuhan dan harapan karyawan, yang pada gilirannya dapat membantu dalam penyesuaian proses penilaian agar lebih sesuai dengan perspektif karyawan.

Sistem penilaian kerja yang ada di perusahaan memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan. Berikut adalah beberapa kelebihan dari sistem penilaian kerja di perusahaan PT Dua Kelinci yaitu :

4.7.1 Kelebihan Sistem Kinerja Karyawan

Salah satu kelebihan dari sistem penilaian kinerja yang mudah dilakukan adalah efisiensi dalam pelaksanaannya. Ketika sebuah sistem penilaian dirancang dengan proses yang sederhana dan tidak terlalu rumit, maka hal ini akan memudahkan pihak penilai untuk menerapkannya. Alokasi waktu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan penilaian kinerja dapat diminimalkan. Selain itu, sistem penilaian yang mudah dilakukan juga cenderung lebih disukai oleh karyawan. Berikut adalah beberapa kelebihan system penilaian kerja yang dilakukan oleh *public relations* :

1. Dapat meningkatkan Loyalitas dan Keterlibatan Karyawan
Dengan keahlian PR dalam berkomunikasi, karyawan cenderung

merasa lebih didengar dan dihargai. Ini dapat meningkatkan loyalitas dan keterlibatan karyawan, karena mereka merasa bahwa kontribusi mereka diakui dan bahwa perusahaan peduli terhadap perkembangan mereka.

2. Pengelolaan Isu dan Konflik

PR memiliki keahlian dalam mengelola isu dan konflik, yang dapat diterapkan dalam penilaian kinerja. Jika ada ketidakpuasan atau ketidaksetujuan dari karyawan terkait hasil penilaian, *public relations* dapat menangani situasi dengan cara yang diplomatis dan konstruktif, mengurangi potensi konflik dan meningkatkan kepuasan karyawan.

3. Dapat melakukan pemahaman yang mendalam tentang apa yang dibutuhkan Karyawan

Public relations sering berinteraksi dengan berbagai departemen dan memiliki akses ke informasi tentang kebutuhan dan harapan karyawan. Ini memungkinkan mereka untuk merancang penilaian kinerja yang lebih responsif terhadap kebutuhan individu dan tim, serta mengidentifikasi area pengembangan yang relevan.

4. Mendorong Inovasi dan Kreativitas

Dengan pendekatan yang humanis dan komunikatif, *public relations* dapat mendorong karyawan untuk memberikan masukan dan ide-ide kreatif selama proses penilaian kinerja. Ini tidak hanya memperkaya proses evaluasi tetapi juga dapat memicu inovasi di dalam perusahaan.

Sistem penilaian yang mudah dilakukan juga dapat meningkatkan konsistensi dalam proses penilaian. Ketika prosedurnya sederhana dan dapat

diterapkan dengan mudah, maka kemungkinan adanya perbedaan atau inkonsistensi antar penilai dapat diminimalkan. Hal ini dapat membantu memastikan keadilan dan objektivitas dalam penilaian kinerja karyawan. Tidak kalah pentingnya, sistem penilaian yang mudah dilakukan juga dapat mendorong partisipasi dan keterlibatan manajemen secara lebih aktif. Ketika proses penilaian tidak terlalu rumit, maka pihak manajemen akan lebih bersedia untuk terlibat secara langsung, memberikan umpan balik, dan melakukan pembinaan terhadap karyawan. Selanjutnya, sistem penilaian yang mudah dilakukan juga dapat meningkatkan kepuasan karyawan terhadap proses penilaian itu sendiri. Karyawan cenderung merasa proses penilaian yang sederhana dan tidak memberatkan adalah hal yang positif, sehingga dapat meningkatkan persepsi mereka terhadap keadilan dan transparansi dalam organisasi.

Secara keseluruhan, kelebihan utama dari sistem penilaian kinerja yang mudah dilakukan adalah kemudahan dalam penerapan, konsistensi dalam penilaian, peningkatan partisipasi karyawan dan manajemen, serta kepuasan karyawan terhadap proses penilaian itu sendiri. Dengan demikian, organisasi dapat mendorong perbaikan kinerja yang efektif dan berkesinambungan.

4.7.2 Kekurangan system penilaian kerja

Kekurangan dari system penilaian kinerja karyawan yaitu tidak adanya standarisasi kerja yang baku. Hal ini dapat mengakibatkan beberapa masalah dalam penilaian kinerja karyawan. Berikut adalah beberapa kekurangan system penilaian kerja di perusahaan PT 2 Kelinci:

1. Tidak adanya standarisasi kerja yang baku dan masih bersifat lisan dan

hanya melalui pengamatan saja dapat menyebabkan perbedaan dalam penilaian kinerja antara atasan dan bawahan. Tanpa standar yang jelas, penilaian kinerja dapat menjadi subjektif dan tidak konsisten. Standarisasi kerja yang baku dapat membantu memastikan bahwa semua karyawan dinilai dengan kriteria yang sama.

2. Tanpa pengawasan secara langsung yang dilakukan dan hanya dilakukan dengan diskusi dengan kepala bagian saja sehingga belum bisa mencakup seluruh karyawan satu persatu. Hal ini dapat mengurangi objektivitas dalam penilaian kinerja dan mengakibatkan ketidakadilan dalam pengakuan dan penghargaan.

Kekurangan lain adalah tidak adanya pengukuran kinerja yang komprehensif. Penilaian kinerja yang hanya berfokus pada satu atau dua aspek kinerja dapat mengabaikan faktor-faktor penting lainnya yang juga berkontribusi terhadap keberhasilan karyawan. Sebagai contoh, penilaian yang hanya berfokus pada pencapaian target penjualan dapat mengabaikan aspek seperti kerjasama tim, inisiatif, atau kemampuan beradaptasi.

Organisasi perlu mempertimbangkan berbagai aspek dalam merancang sistem penilaian kinerja yang efektif dan dapat diterima oleh karyawan. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa sistem penilaian kerja yang ada di perusahaan memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja karyawan perusahaan. (Abadi, S., & Latifah, F. 2017).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui peran *public relations* PT Dua Kelinci dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan, Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara serta pengamatan langsung adalah sebagai berikut.

1. Implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* PT Dua Kelinci dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan. Dimana ada 6 strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* perusahaan.
2. Strategi yang dilakukan oleh *public relations* PT Dua Kelinci yaitu
 - a. Menjaga Komunikasi Internal dengan Baik antara *Public Relations* dan Karyawan
 - b. Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Karyawan
 - c. Melakukan Strategi Komunikasi Dua Arah
 - d. Penerapan Sistem Reward dalam Perusahaan
 - e. Melakukan Penilaian Kinerja Karyawan secara Periodik dan dengan Formulir Penilaian
 - f. Memberikan Punishment
3. Hal terakhir yang mendukung strategi internal *public relations* adalah menjaga komunikasi agar tetap berjalan efektif dengan cara menjaga komunikasi yang efektif dengan karyawan selama melakukan pekerjaan yang sesuai dengan SOP yang ditetapkan oleh perusahaan. Mereka juga menggunakan pendekatan personalisasi melalui platform seperti E-

mail, *WhatsApp* atau telepon untuk tetap terhubung dan menginformasikan perkembangan peraturan atau target pekerjaan secara rutin maka akan menambah perspektif baru dan menjalin komunikasi yang baik untuk seterusnya.

5.1.1 Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang patut diperhatikan:

1. Keterbatasan Metodologis

Pada penelitian ini peneliti memilih 3 informan utama untuk diwawancarai berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Informan dipilih berdasarkan pemahaaan mereka yang dianggap paling memahami tentang topik yang diteliti.

2. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan waktu bagi peneliti untuk melakukan penggalian lebih dalam terhadap kegiatan Internal *Public Relations* PT Dua Kelinci. Dikarenakan waktu yang diperlukan pada saat melakukan wawancara kurang maksimal dikarenakan peneliti tidak memiliki waktu yang cukup banyak untuk melakukan wawancara.

3. Keterbatasan Teori

Keterbatasan yang kedua pada penelitian ini adalah penggunaan teori. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan teori X dan Y pada aktivitas *public relations* dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan PT Dua Kelinci.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Devisi *Public relations*

Devisi *public relations* perlu memperkuat dan meningkatkan kinerja mereka di masa mendatang melalui beberapa strategi untuk meningkatkan kinerja karyawan pada perusahaan PT Dua Kelinci salah satu strategi yang harus dikembangkan oleh *Public relations* yaitu *Public relations* perlu memberikan sosialisasi dan pelatihan menggunakan media komunikasi email. Pelatihan bagi karyawan, terutama yang kurang familiar dengan email, untuk meningkatkan kemampuan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan email. Agar devisi PR dapat memastikan bahwa karyawan memahami dan terampil dalam menggunakan email sebagai sarana komunikasi, sehingga arus informasi dapat mengalir dengan baik. Dengan adanya sosialisasi dan pelatihan penggunaan email, karyawan juga diharapkan dapat lebih adaptif dalam menggunakan media komunikasi ini. Hal ini pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan kinerja karyawan di perusahaan PT Dua Kelinci.

5.2.2 Saran bagi peneliti

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah riset pada perusahaan yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan PT Dua Kelinci. Sehingga hasil penelitian menjadi lebih jelas.

1. Menambah jumlah informan.

2. Menambah kajian literatur sehingga teori yang disajikan mampu memberikan penguatan secara baik.



DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Abadi, S., & Latifah, F. (2017). Decision support system penilaian kinerja karyawan pada perusahaan menggunakan metode simple additive weighting. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 6, 37-43.
- Adawiyah, R. S. (2018). Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Dan leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5 (9).
- Aini, N. &. (2016). Pengaruh Motivasi, komitmen organisasi, ocb an disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(9).
- Aini, N. S. (2016). Pengaruh motivasi, komitmen organisasi, ocb dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7 (8).
- Ardinal, A. S. (2014). Perilaku krom dalam limbah cair penyamakan kombinasi krom-gambirdan krom-mimosa pada penyamakan kulit. *Jurnal Litbang Indsutri*, 4 (1),59-66.
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal Dan Eksternal *Public relations* Dalam Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 91-100.
- Haryono, C. (2020). Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi. CV Jejak (JejakPublisher).
- Kriyantono, R. (2015). Konstruksi humas dalam tata kelola komunikasi lembaga pendidkiantinggi di era keterbukaan informasi publik. *Jurnal Pekomnas*, 18

(2),117-126.

Moore, W. (1981). Feature Interactions in consumer judgments of verbal versus pictorial presentations. *Jurnal of consumer research*, 8(1),1103-1113.

Pratiwi, N. (2017). penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *jurnal IlmiahDinamika Sosial*, 1(2),202-224.

Santoso, A. (2015). Iklim Komunikasi Organisasi di Hotel Savana Malang. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2).

Sedarmayanti, S. &. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru Sekolah Dasardi Gugus Satu Desa Neglawangi Kecamatan Kertasari Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Adiministrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 13(3), 501-524.

Subagyo, H. (2011). Efektifitas Kebijakan Struktur Modal Dalam Meningkatkan NilaiPerusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18 (1).

Sutedjo, A. &. (2013). Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT. Inti Kebun Sejahtera. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*. 5(2),120-129.

Thoifah, I. Y. (2021). Classification of Indonesia Student's Ability to Read AL-Qur'an: The Role of Educational Institutions Cendekia. *Jurnal Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 19 (2) 269-289.

Tangkuman, K., Tewal, B., & Trang, I. (2015). Penilaian kinerja, reward, dan punishment terhadap kinerja karyawan pada PT. Pertamina (persero) cabang pemasaran suluttenggo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.

SKRIPSI

Efendy, E. (2002). Analisis Pengaruh Wiraniagadan Makelar (Perantara) Terhadap Volume Penjualan Handphone pada UD "X" di WTC Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Widya Kartika).

Gunairiyah, M. (2013). Model Penanaman Kedisiplinan Anak Usia Dini pada Keluarga Buruh Wanita di Desa Bakrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo. . *BELIA: Early Childhood Education Papers*, 2 (1).

Mardisari, F. (2019). Aktivitas Internal Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada PT. ANTAR SURYA MEDIA. Diss. UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA

Salita, M. (2014). PENGARUH JUMLAH KREDIT YANG DIBERIKAN DAN RN KUALITAS AKTIVA PRODUKTIF TERHADAP PERAN PROFATIBILITAS PERUSAHAAN PERBANKAN RN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA RN TAHUN 2008-

2010. *ETD Unsyiah*.

BUKU

Carkanat, A. A. (2011). The incidence of mesothelioma has not decreased for the last twenty years in Southeast region of Anatolia. *African Health Sciences*, 11 (3).

De, L. &. (1991). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda

Karya. Huberman, A. &. (2013). *Innovation up close: How school improvement works*. Springer

Science & Business Media.

- Kriyantoro, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis RisetMedia, Public Relation, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*
- Mangkunegara, A. &. (2015). Effect of training, competence and discipline on employee performance in company (case study in PT.Asuransi Bangun Aksarida). *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 211,1240-1251.
- Moloeng, L. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi.
- Nasution, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pengguna Sistem Informasi Manajemen Daerah-Kuangan Pemerintah Provinsi Sumetra Utara. *Jurnal AkuntansiBisnis dan Publik*, 10 (2), 101--114.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi Scopindo Media Pustaka. European Journal of Operational Research* , 96 (3), 591-61.
- Steiner, G. (1997). Lot streaming with detached setups in three-machine flow shops.

