

IMPLEMENTASI FUNGSI INTERNAL PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT. RAY ANJERRAH RESOURCES (STUDI DESKRIPTIF PADA PERIODE KERJA TAHUN 2017/2018)

Royen Petterson¹, Hairunnisa², Annisa Wahyuni Arsyad³

Abstrak

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa implementasi fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources melalui kegiatan/program yang lebih konkrit/nyata, terencana dan terstruktur dalam hubungan yang harmonis guna mencapai produktivitas kerja yang meningkat yakni employed relations. Dalam program/kegiatan employed relations itu, sebagai berikut: program special reward, program special event (gathering), program briefing area dan program internal media release.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Metode yang digunakan dalam penentuan informan ialah purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang diawali dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dengan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian kepustakaan, penelitian lapangan, observasi, penelitian, wawancara kegiatan yang telah dilakukan di PT. Ray Anjerrah Resources.

Hasil yang dicapai adalah bagaimana fungsi internal public relations dalam menghadapi dan memecahkan persoalan mengenai penurunan produktivitas kerja karyawan, karena sesuai definisi dari internal public relations ialah “krisis” dan dengan menyelenggarakan program employed relations yang merupakan fungsi internal public relations, dapat dikatakan internal public relations berhasil meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources

Kata kunci : *fungsi internal public relations, employed relations, produktivitas kerja*

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

²Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Peneliti melihat fenomena yang terjadi pada PT. Ray Anjerrah Resources. Berdasarkan *company profile*, PT. Ray Anjerrah Resources yang sudah memiliki izin/*legalitas* dalam aktivitasnya sebagai perusahaan pengadaan barang dan jasa bidang *konstruksi* dan *outsourcing* di kota Bontang, sebagai berikut:

PT. Ray Anjerrah Resources yang resmi berdiri pada 26 april 2006. Pada 9 Mei 2006 telah mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (MENKUMHAM) Republik Indonesia, No. 13491HT. 01. 01. TH 2006, melalui akte notaris Noor Samsir, SH, No. 18. PT. Ray Anjerrah Resources bergerak 4 lini bidang jasa, yaitu:

1. *Konstruksi/Arsitektural.*
2. *Reklamasi/revitalisasi.*
3. *Supply man power (outsourcing).*
4. *Investasi.*

Dengan jumlah karyawan terdaftar pada periode tahun 2017/2018, yakni:

1. Karyawan *permanent* 64 jiwa.
2. Karyawan *non permanent/outsourcing* 95 jiwa.

Adapun struktur organisasi (*organization chart*) PT. Ray Anjerrah Resources menggambarkan hierarki kedudukan dan wewenang *public relations officers* secara garis putus-putus menjadi fokus area sasaran komunikasi pada publik *internal* secara menyeluruh dalam panduan formal berfungsi: sebagai jembatan komunikasi dari Direktur Utama/*CEO*, baik lisan maupun tulisan. Fungsi *internal public relations* memiliki hubungan yang efektif antara pihak yang berkepentingan itu, maka fungsi *internal public relations* dalam implementasi kebijakan terjadi secara *two ways traffic communications* (horizontal dan vertikal), dan *well informed* (Onong Ujchana, 2014: 123).

Dapat dikatakan bahwa yang menjadi sasaran *internal public relations* disini ialah pimpinan, *top management* dan karyawan yang digambarkan oleh struktur organisasi di PT. Ray Anjerrah Resources. Fungsi *internal public relations* diartikan juga sebagai krisis (*crisis*), kepedulian (*charity*) dan tanggung jawab (*responsibility*) dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT Ray Anjerrah Resources. Dalam struktur organisasi diatas menjelaskan bahwa garis putus-putus yang menghubungkan pimpinan dan karyawan secara horizontal dan vertikal, *public relations officers* sendiri mempunyai komando pada pola komunikasi keatas (*upward communication*) terhadap pimpinan dan (*downward communication*) kebawah terhadap kepala divisi/karyawan. Garis komando *PRO (public relations officers)* artinya diberikan ruang seluas-luasnya/tidak ada batasan untuk membangun pola komunikasi dan relasi, agar membentuk suatu kohesivitas antara individu dan kelompok dalam struktur organisasi untuk mendukung upaya meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Pihak *PRO* memberikan usulan yang konstruktif dalam rapat kerja antara pihak *top management*, direksi dan komisaris PT. Ray Anjerrah Resources, memutuskan untuk memberikan anggaran kepada *public relations officers* untuk secara efektif juga efisien mengimplementasikan fungsi *internal public relations* dalam mengembangkan isi pesan informasi, komunikasi,

dan regulasi yang menyeluruh dalam bentuk tindak nyata, seperti program/kegiatan *empolyeed relations* dan *management relations* yang akan menjalin hubungan harmonis dalam kohesivitas antara publik *internal* perusahaan agar mendapatkan *feedback* meningkatnya produktivitas kerja karyawan di PT Ray Anjerrah Resources.

Setelah melakukan observasi, wawancara dan penelitian dilapangan dengan pihak-pihak yang terkait masalah tersebut (29/11/18), yakni terjadi penurunan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Pihak *public relations officers* menyatakan bahwa realisasi produksi jasa pada tahun 2017/2018, juga tahun sebelumnya sebesar \pm 17 milyar rupiah tidak mencapai target pendapatan pertahun yang telah ditentukan yaitu 19,5 milyar rupiah. Kondisi ini menunjukkan menurunnya produktivitas perusahaan yang pada dasarnya bergantung pada produktivitas kerja karyawan.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan/ditemukan, maka peneliti lebih mengkaji, menekankan dan meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan produktivitas kerja karyawan yang dipandang secara ilmiah dalam ilmu komunikasi, melalui skripsi yang berjudul “Implementasi Fungsi Internal Public Relations Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Di PT. Ray Anjerrah Resources”.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut: Bagaimana implementasi fungsi internal public relations di PT. Ray Anjerrah Resources dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawannya?

Kerangka Dasar Teori

Public Relations

Definisi *public relations* menurut “*The International Public Relations Associations (IPRA)*” adalah: fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan yang lebih efisien (Onong Ujchana, 2014: 27).

Tujuan Public Relations

Tujuan dari public relations adalah: mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni (umum, masyarakat) untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik (Djaja, 2015: 55).

Internal Public Relations

Internal public relations yang baik adalah: memperlakukan sikap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membedakan karyawan. Salah satu usaha *internal public relations* yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan, diantaranya mengadakan *upgrading* atau memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat karyawan. *Internal public relations* pada intinya merupakan bentuk dari *public relations* yang menitikberatkan kegiatannya kedalam (Abdurrachman Oemi, 2010: 33).

Komunikasi Internal

Komunikasi *internal* adalah: komunikasi yang terjadi dalam organisasi itu sendiri. Misalnya, pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan, dalam struktur lengkap yang khas disertai pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan, sehingga pekerjaan berjalan. Komunikasi *internal* organisasi/perusahaan adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan (Onong, 2014: 123).

Implementasi

Menurut pendapat Guntur Setiawan (2014: 19), implementasi adalah: perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana dan juga birokrasi yang efektif. Dari pengertian-pengertian diatas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada mekanisme suatu sistem.

Produktivitas Kerja

Menurut Hasibuan (2011: 41), mengemukakan bahwa: “Produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan), jika produktivitas naik hal ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi (waktu, bahan, tenaga dan sistem kerja), teknis produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya”.

Definisi Konsepsional

Batasan berpikir penelitian ini untuk meningkatkan produktivitas bukan untuk menilai produktivitas, yang sifatnya lebih kedalam (*internal*). Maka, dalam rangka mengimplementasikan fungsi *internal Public Relations* di PT. Ray Anjerrah Resources, berikut penjelasannya: (1) Terdapat teori proses komunikasi, (2) Peran/tugas yang menjadi fungsi *public relations* yang bersifat dinamis, (3) Strategi *interpersonal communications* secara *two ways trafic communications* (horizontal dan vertical) diterapkan di publik *internal* perusahaan, (4) Tujuan yang bersifat statis yakni upaya meningkatkan produktivitas melalui kegiatan/program yang sifatnya lebih kedalam bagi karyawan di perusahaan atau lebih dikenal *employed relations* (Suhandang, 2014:74)

Sehubungan dengan itu fungsi *internal public relations* untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources melalui program *internal media release, special reward, special events, briefing area*.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, karena isu/fenomena permasalahannya bersifat dinamis, artinya lebih relevan dengan karya ilmiah dan fenomena yang terjadi di PT. Ray Anjerrah Resources. Metode dengan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian seseorang, pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Menurut Moleong (2013: 90) penelitian kualitatif adalah: suatu penelitian yang bersifat alamiah, yang bergantung pada suatu pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri berhubungan dengan orang-orang, latar dan perilaku secara menyeluruh dalam hal ini mengenai “Implementasi Fungsi Internal Public Relations Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Di PT. Ray Anjerrah Resources”.

Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, hubungan masyarakat yang kegiatannya lebih kedalam (*internal public relations*) dalam suatu perusahaan, terdiri dari beberapa tingkatan (Suhandang, 2014: 74-75), yaitu:

1. Hubungan dengan pekerja atau karyawan (*employeeed relations*) pada umumnya, beserta keluarga karyawan khususnya, yaitu:
 - a. Program *special event*.
 - b. Program *special reward*.
 - c. Program *briefing area*.
 - d. Program *internal media release*.
2. Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manajemen perusahaan (*management relations*), baik dilevel korporat atau level sebagai pelaksana, yaitu:
 - a. Program pertemuan berkala.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data dapat diperoleh dari manajer *public relations officers* sebagai *key informan*, kemudian informan lainnya yaitu direktur utama dan 4 orang kepala divisi/karyawan pemberi informasi di mana peneliti dapat mengamati, bertanya atau membaca tentang hal-hal yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data ada dua jenis, yaitu: 1. Sumber data primer 2. Sumber Data Sekunder

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan dan menilai implementasi fungsi *internal public relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan, yaitu:

1. Pengumpulan data (*colections*)
2. Penyederhanaan data (*display*).
3. Penyajian data (*condensations*)
4. Penarikan kesimpulan (*conscusions drawing*)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Implementasi Fungsi Internal Public Relations Dalam Program Employeed Relations

Implementasi fungsi *internal public relations* yaitu: kegiatan komunikasi dalam mengembangkan isi pesan informasi (*influence behaviours*) dalam area produktivitas, dapat dikatakan “produktivitas kerja” karyawan PT. Ray Anjerrah Resources, yang diikat oleh program/kegiatan, guna mendapat dukungan dari publik *internal* (penyandang dana, komisaris, direksi, kepala divisi/karyawan beserta keluarga karyawan dan karyawan tidak tetap/*outsourcing*) dalam PT. Ray Anjerrah Resources.

Program *employeed relations* tersebut membantu dan juga sebagai tindakan nyata/konkrit dari fungsi *internal public relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan PT. Ray Anjerrah Resources. Dengan diadakan program *employeed relations* itu juga akan mengatasi permasalahan yang dapat mengganggu kelancaran dalam meningkatkan produktivitas kerja dan diharapkan menyelesaikan permasalahan komunikasi lainnya. Adapun program *employeed relations*, yaitu: program *special reward* (penghargaan khusus), program *special event* (acara khusus)/ *gathering*, program *brifieng area* (rapat kerja), dan program *internal media release* (*whats app group*).

Special Reward (employee of the year)

Special Reward (*employee of the year*) Dapat dikatakan berdasarkan wawancara, program ini memberikan feedback produktivitas kerja karyawan, baik secara *teamwork* maupun *individual*, dikarenakan prestasi kerja yang merupakan memberikan dampak positif bagi karyawan untuk terus menerus melakukan perbaikan dan peningkatan dalam produktivitas kerja di PT. Ray Anjerrah Resources.*year*)

Program special event (gathering)

Berdasarkan penjelasan wawancara, dapat dikatakan program tersebut menghilangkan kepenatan, kejenuhan dalam bekerja dan konflik antar personal dengan cara membangun semangat, kreatifitas, keberanian, kegembiraan dan kebebasan berekspresi yang semua itu dapat dilakukan melalui program *special event* (*gathering*)

Program Internal Media Release (whats app group)

Dapat dikatakan berdasarkan wawancara, sumber informasi mengenai operasionalisasi kerja untuk kepala divisi/karyawan dari internal public relations yang akan memberikan dan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan informasi operasionalisasi dapat ditanyakan langsung melalui media internal (whats app group). Fungsi internal public relations membuat press release pada whats app group kepada karyawan jika terdapat informasi hoax dari dalam maupun luar yang dapat mengganggu produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources.

Implementasi Fungsi Internal Public Relations Dalam Program Management Relations

Secara khusus program management relations yang terjalin antara pimpinan dan karyawan dalam top management melalui coffee morning dapat dipergunakan untuk memberikan petunjuk kepada top management, mengenai tugas dan kewajiban yang harus mereka kerjakan. Serta meningkatkan aspirasi terhadap tujuan perusahaan. Kebijakan-kebijakan pimpinan perusahaan dalam coffee morning juga dapat dipergunakan sebagai sarana pemberitahuan konsekuensi-konsekuensi hasil kerja dan menyediakan sarana umpan balik dari bawahan ke atasan atau pimpinan perusahaan.

Program coffe morning

Secara khusus program management relations yang terjalin antara pimpinan dan karyawan dalam top management melalui coffee morning dapat dipergunakan untuk memberikan petunjuk kepada top management, mengenai tugas dan kewajiban yang harus mereka kerjakan. Serta meningkatkan aspirasi terhadap tujuan perusahaan

Dengan dilakukannya coffee morning bahwa komunikasi dalam diskusi, disini tidak hanya berfungsi untuk evaluasi kerja, tukar pikiran, memberikan masukan dan penyampaian informasi kerja saja, tetapi juga dapat memberikan pengertian diantara individu serta mempersatukan tingkah laku dan sikap karyawan dalam melakukan pekerjaan secara bersama-sama. Penyatuan sikap, tingkah laku dan saling menghargai diantara para karyawan dapat dijadikan dasar terjalinnya kerjasama antara karyawan yang berkesinambungan dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada key informan dan informan lainnya. Peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian dan wawancara, bagaimana implementasi fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources adalah membina hubungan yang harmonis dalam area employeed relations melalui kegiatan/program yang terencana dan terstruktur guna mendapat dukungan publik internal perusahaan agar mencapai tujuan bersama yakni meningkatkan produktivitas kerja karyawan yang terjalin secara efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikatakan penghargaan tersebut tentu saja berkat hasil dari kerja keras para karyawan dalam melaksanakan fungsi dan

tugasnya masing-masing. Meningkatkan atau tidaknya suatu produktivitas kerja yang dihasilkan karyawan tidak terlepas dari bagaimana upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola karyawannya. Terhadap para pegawai yang menunjukkan prestasi baik dalam kerja sehari-hari maupun dalam kegiatan lainnya yang menguntungkan perusahaan maka PT. Ray Anjerrah Resources memberikan hadiah atau penghargaan melalui penghargaan *employee of the year*, karyawan akan mendapatkan sertifikat, bonus insentif, bahkan paket liburan.

Fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan pada program special reward sebagai: dewan penilai/ pertimbangan, dikarenakan diharuskan membantu memberi masukan/usulan kepada direksi dalam membuat keputusan tentang penghargaan *employee of the year* dan juga pada penghargaan lainnya, meliputi: kenaikan jabatan, pemutusan hubungan kerja, pensiun dan jaminan sosial kepada karyawan yang aktif, memiliki produktivitas kerja yang tinggi. Fungsinya dianggap mampu memberikan usulan/masukkan karena lebih mengenal kepala divisi/karyawan dilihat dari intensitas pertemuan dan komunikasi yang terjadi secara persuasif.

Posisinya itu juga mempunyai fungsi dalam maju atau mundurnya perusahaan atau lebih khusus dalam meningkatkan produktivitas kerja. Dengan kemampuan pengetahuan dan komunikasi yang cukup efektif implementasi fungsi internal public relations akan dapat membantu semua tugas yang diberikan oleh direksi tanpa menimbulkan yang dapat menghambat dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources.

Dapat dikatakan feedback yang diharapkan pada acara tersebut dan implementasi fungsi internal public relations adalah: meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources, serta mempublikasikan kegiatan tersebut untuk kepentingan PT. Ray Anjerrah Resources.

Berdasarkan hasil penelitian Pertemuan lain diluar jam kerja kantor yang bersifat rileks juga diselenggarakan untuk memupuk rasa akrab dan setia kawan, serta relasi kekeluargaan diantara para karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja. Oleh karena itu, PT. Ray Anjerrah Resources disetiap 1 tahun periode masa kerja mengadakan gathering berupa outbond. Melalui berbagai kegiatan yang dilakukan tadi, secara tidak langsung siapa saja yang mempunyai jiwa kepemimpinan, bertanggung jawab, disiplin dan kreatif, agar dapat mengetahui bakat serta kemampuan dan juga menilai prestasi karyawan tetapi bukan menjadi acuan utama dalam penilaian, melainkan gambaran umum aktivitas kerja karyawan jika dilapangan.

Fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan pada program special events (gathering) sebagai: mediator yang mempertemukan, yakni: pimpinan, karyawan beserta keluarga karyawannya dalam suatu acara yang sengaja dirancang pelaksanaannya diluar jam kantor. Acara-acara tersebut mempunyai tujuan membangun moral dalam pendekatan hubungan yang harmonis, dikarenakan moral yang tinggi merupakan aspek pendukung dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Maka dalam wujud perbedaan suku, ras, agama dan latar belakang yang dimiliki karyawan.

Dapat dikatakan feedback yang diharapkan pada acara tersebut dan implementasi fungsi internal public relations adalah: meningkatnya produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Dan akan mempublikasikan kegiatan tersebut untuk kepentingan PT. Ray Anjerrah Resources.

Berdasarkan hasil penelitian di PT. Ray Anjerrah Resources fungsi internal public relations dalam meningkatkan produktivitas dikatakan sebagai pusat syaraf dalam mengkomunikasikan kepada kepala divisi yang akan melakukan pengawasan terhadap proyek-proyek yang akan berjalan dibidang jasa konstruksi dan suply man power (outsourcing). Jika merujuk pada hasil penelitian dan wawancara bahwa fungsinya mengatur pekerjaan yang berhubungan dengan sasaran pekerjaan yang tepat bagi kepala divisi akan menghasilkan produktivitas kerja yang tinggi.

Dapat dikatakan feedback yang pada acara tersebut dan implementasi fungsi internal public relations adalah: meningkatnya produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources. Selain itu juga fungsinya mempublikasikan kegiatan tersebut untuk kepentingan PT. Ray Anjerrah Resources.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa fungsi internal public relations dalam program tersebut sebagai mediator, notulen dan supervisi agar komunikasi yang terjalin diantara bagian-bagian kerja dilakukan dengan saling berkomunikasi, bertukar pendapat dan pemikiran yang saling berorientasi satu dengan yang lainnya, baik dalam informasi atau materi yang berhubungan dengan laporan hasil kerja dilapangan yang dilakukan karyawan/kepala divisi agar tidak terjadi kesalahan yang dapat mengganggu produktivitas kerja karyawan. Dalam mencapai keseimbangan atau kesepakatan disini dapat bermakna kesamaan arti akan tugas dan kewajiban masing-masing demi kepentingan bersama yang juga merupakan kepentingan kita bersama. Program ini berdampak positif pada area produktivitas kerja karyawan, karena menyangkut laporan hasil kerja karyawan dalam penyelesaian proyek.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan *field work research* mengenai Implementasi fungsi *internal public relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources, berkaitan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kustadi Suhandang (2014: 74) tentang program/kegiatan *employed relations* dan *management relations*. Dari penyajian data dan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini maka peneliti menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Fungsi *internal public relations* sebagai pusat syaraf/mediator, dalam membantu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan/kepala divisi. Kadang kala karyawan/kepala divisi merasa takut untuk mengungkapkan ide dan gagasannya atau keluhannya terkait dengan kemajuan organisasi. Dengan diadakan program *internal public relations/employed relations* (hubungan dengan karyawan) diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan

organisasi. Sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) dan keuntungan bersama (*mutual benefit*), motivasi, kreativitas dan meningkatkan produktivitas kerja semaksimal mungkin. Serta semua informasi yang berkaitan dengan karyawan dapat segera tersampaikan kepada karyawan dengan bantuan *internal public relations* dan sebaliknya pada direksi/pimpinan.

2. Fungsi *internal public relations*, mengkoordinir kegiatan/program yang diselenggarakan oleh *internal public relations* sesuai dengan tujuan kegiatan, dan saat kegiatan/event berlangsung juga harus mampu memonitoring, merekam, dan mempublikasikan semua rangkaian kegiatan pada media, serta ikut mengevaluasi setelah kegiatan/program selesai dilaksanakan. Fungsi *internal public relations* sebagai publisitas dari semua program/kegiatan yang dilaksanakan tersebut untuk bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Merekam dengan kamera dan video semua aktivitas atau kegiatan *internal public relations* yang diadakan untuk kepentingan arsip, dokumen, dan laporan bagi PT. Ray Anjerrah Resources.
3. Fungsi *internal public relations* sebagai supervisi, dalam memberikan masukan atau usulan tentang pemberian penghargaan kepada para karyawan yang aktif, memiliki produktivitas kerja yang tinggi, dan lain-lain karena seorang *internal public relations* dianggap telah mengenal para karyawan/kepala divisi di PT. Ray Anjerrah Resources. Fungsi *internal public relations* sebagai dewan penilai dalam membantu direksi/pimpinan perusahaan untuk pemberian masukan atau usulan mengenai kenaikan pangkat/jabatan karyawan, pemutusan hubungan kerja, pensiun, dan jaminan sosial. Dengan kemampuan pengetahuan dan komunikasi yang efektif diharapkan fungsi *internal public relations* akan dapat membantu semua tugas yang diberikan oleh direksi tanpa menimbulkan suatu permasalahan yang dapat mengganggu produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources.
4. Implementasi fungsi *internal public relations* berupa tindakan nyata/konkrit melalui program/kegiatan *employee relations* dan *management relations*, mampu meningkatkan produktivitas kerja karyawan PT. Ray Anjerrah Resources yang ditunjukkan dengan perilaku berupa adanya tindakan konstruktif, percaya pada diri sendiri, bertanggung jawab, memiliki rasa cinta terhadap pekerjaan, mempunyai pandangan ke depan, mampu mengatasi persoalan dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, mempunyai kontribusi yang positif terhadap lingkungan kerja, dan memiliki kekuatan untuk mewujudkan potensi.

Saran

Berdasarkan penelitian dilapangan, wawancara dan observasi mengenai implementasi fungsi *internal public relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan di PT. Ray Anjerrah Resources dari penyajian data dan pembahasan yang telah diuraikan maka peneliti memberikan saran, sebagai berikut:

1. Fungsi *internal public relations* untuk selalu meningkatkan rasa kekeluargaan dengan publik *internal* PT. Ray Anjerrah Resources dalam memaksimalkan program *internal public relations* dan melakukan perbaikan terus menerus pada kualitas kerja, disiplin kerja, prestasi (etos) kerja, guna meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
2. Memberikan penilaian pada “program pendidikan dan pelatihan” bagi karyawan dan *management* yang akan dilaksanakan pada periode kerja tahun 2019/2020, dengan menggunakan teori proses komunikasi dalam tolak ukur penilaiannya sebagaimana fungsi *internal public relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
3. Menjalinkan hubungan yang harmonis dengan semua karyawan sebagai *counseling* dalam perusahaan artinya: fungsi *internal public relations* dalam perusahaan harus mampu berkomunikasi langsung atau kontak pribadi dengan para karyawan dan mengetahui sifat, karakter, sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, serta perasaan para karyawan sehingga akan timbul suatu hubungan yang harmonis. Secara kedudukan dalam struktur organisasi sangat vital karena fungsi *internal public relations* sebagai pusat syaraf dalam arus komunikasi publik *internal* di PT. Ray Anjerrah Resources.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman, Oemi. 2010. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Anggoro, M. Linggar. 2010. Teori dan profesi kehumasan serta aplikasinya. Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Djaja, Danan. 2015. Peranan Humas dalam Perusahaan. Bandung: Alumni.
- Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M, Broom. 2016. Effective Public Relations. Edisi Kesepuluh. Terjemahan, Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana, Effendy. 2014. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, Imam. 2014. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. 2013. Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muchdarsyah Sinungan. 2015. Produktivitas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J, 2014. Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook, Edisi 3. USA: Sage Publications Inc. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press. Jakarta.
- Moleong, L. J. 2013. Metodologi Penelitian. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rosady Ruslan. 2012. Manajemen Public Relations dan media komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sedarmayanti. 2011. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: Mandar Maju.
- Sri Haryani. 2012. Hubungan Industrial di Indonesia. Yogyakarta: AMP YKPN.

- Suhandang Kustadi. 2014. Public Relation Perusahaan. Bandung: Nuansa.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung: Alfabeta.
- Umar Husein. 2014. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. Raja Grafindo Persada.