

**IMPLEMENTASI EMPLOYEE RELATIONS PADA PT.UNILEVER  
CABANG MEDAN**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi Dan Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

**QADRI ENSRI HIDAYAT**

**19321285**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTARA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI EMPLOYEE RELATIONS PADA PT.UNILEVER CABANG  
MEDAN**

Disusun oleh

**QADRIENSRI HIDAYAT**

**19321285**

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan  
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 22 September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

  
**Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN: 0529098201**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI EMPLOYEE RELATIONS PADA PT.UNILEVER CABANG  
MEDAN**

Disusun oleh

**QADRI ENSRI HIDAYAT**

**19321285**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

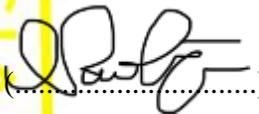
Tanggal: 22 September 2023

Dewan Penguji:

1. Ketua : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 0529098201
2. Anggota : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom.M.A  
NIDN 0505068902



(.....)



(.....)

Mengetahui,



Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial  
Budaya Universitas Islam Indonesia



**Iwan Ayaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIDN: 050603820**

# PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

## PERNYATAAN AKADEMIK

**Bismillahirrahmannirahim**

Yang bertanda tandang dibawah ini, Saya :

Nama : Qadri Ensri Hidayat

Nomor Mahasiswa : 19321285

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia. Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 9 Juni 2024

Yang menyatakan



(Qadri Ensri Hidayat)

## **MOTTO**

**“In this world nothing is impossible if allah has say kun fayakun”**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “ Implementasi *Employee Relations* Pada PT.Unilever Cabang Medan”. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan teknik penyajian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran dari pembaca untuk karya tulis lebih baik kedepannya.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada mereka yang penulis hormati dan sayangi yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung. Selama penelitian ini dilakukan, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan, bimbingan serta masukan dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan yang melimpah untuk mereka semua baik di dunia maupun di akhirat. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bunda (Ibu Endang Kartika Sari) yang selalu memotivasi, memberikan doa, memberikan semangat dan selalu menjadi sosok inspirasi di hidup saya.
2. Kakak saya (Qarin Ensri) yang selalu sabar menghadapi saya
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing saya dan selalu memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A sebagai dosen pembimbing akademik yang telah mendampingi saya selama perkuliahan dimulai dari awal hingga akhir.
5. Kepada teman-teman terdekat saya Denish, Teguh, Arvi, Rohid, Rofi, Rendy, Ariq, Ikhwan, Azizah, Naurah, Nadiya,Debi,Salsa, Nariswari dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas support yang selalu diberikan dalam mengerjakan skripsi ini.

6. Kepada diri saya sendiri Qadri Ensri sebagai penulis, terimakasih sudah mau ikhlas, sabar, dan berjuang sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan bahwa adanya penelitian ini dapat berguna bagi penulisan atau penelitian selanjutnya

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Yogyakarta, 28 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'Q' followed by several loops and a long horizontal stroke.

Qadri Ensri Hidayat

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
1. Manfaat Akademis .....	4
2. Manfaat Praktis .....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	5
1. Penelitian Terdahulu .....	5
2. Kerangka Teori .....	9
F. Metode Penelitian .....	17
1. Pendekatan Penelitian .....	17
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	17
3. Metode Pengumpulan Data.....	17
4. Teknik Analisis Data.....	18
5. Sumber Data.....	18
6. Validasi data.....	18
BAB II GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN.....	19
A. Profil Perusahaan.....	19
1. Sejarah Singkat Unilever .....	19
2. Visi Misi Perusahaan .....	21
3. Struktur Organisasi Unilever Cabang Medan .....	22

4. Gambaran Umum dan Budaya Kerja Karyawan .....	24
5. Divisi Dalam Produk Perusahaan .....	24
B. Profil Narasumber.....	25
1. Dian Wijastuti.....	26
2. Fahmi Dwiputra .....	26
3. Endang Kartika Sari.....	26
<b>BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
A. Temuan Penelitian .....	28
1. Sharing Of Joy (SOJ).....	29
2. Joint Defencive Drive (JDDC) .....	32
3. Medical Check Up .....	35
4. Mari Kita Bicara .....	37
5. Warung Curhat Bu Surti .....	39
B. Pembahasan Penelitian .....	40
1. Peran Employee Relations .....	40
2. Implementasi Membangun Employee Relations .....	45
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Keterbatasan.....	57
C. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian .....	19
Tabel 2.1 Sejarah PT. Unilever Head Office .....	22
Tabel 2.2 Sejarah PT. Unilever Depo Medan.....	23
Tabel 2.3 Struktur Organisasi Unilever Cabang Medan.....	24
Tabel 3.1 Program Kegiatan Employee Relations pada Depo Medan .....	30
Tabel 3.2 Implementasi Hubungan Kerja Depo Medan .....	49
Tabel 3.3 Kategori Implementasi Program Menurut Ruslan.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Unilever .....	21
Gambar 2.2 Wawancara dengan Narasumber Assisten Area Sales Manager Depo Medan .....	28
Gambar 2.3 Wawancara dengan Narasumber CD Operational Supervisor.....	29
Gambar 3.1 Contoh Kegiatan Outbond Sharing Of Joy.....	32
Gambar 3.2 Kegiatan Family Gathering .....	32
Gambar 3.3 Kegiatan Sharing Pencapaian Bulanan.....	33
Gambar 3.4 Contoh Kegiatan Joint Defencive Drive.....	35
Gambar 3.5 Kegiatan Joint Defencive Drive.....	35
Gambar 3.6 Contoh Kegiatan Mari Kita Bicara .....	40
Gambar 3.7 Kegiatan Evaluasi .....	42

## ABSTRAKSI

**Qadri Ensri Hidayat, 19321285. Implementasi Employee Relations Pada PT. Unilever Cabang Medan. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosisal Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2023**

Dalam sebuah perusahaan setiap individu harus saling menjalani sebuah interaksi terhadap rekan kerjanya. Sudah menjadi sebuah kewajiban di dalam sebuah perusahaan untuk menjalani hubungan antar manajemen perusahaan dan karyawan atau sering disebut dengan Employee Relations, karna sebuah lingkungan kerja yang sehat dan baik antara perusahaan dan juga karyawan menjadi kunci dalam kemajuan sebuah company tersebut. Bawahan dan atasan harus mempunyai hubungan yang baik agar terjadinya komunikasi dua arah. dengan adanya kegiatan Employee Relations dapat menghasilkan hasil positif bagi para karyawan, seperti adanya perasaan lebih diperhatikan dan diapresiasi dari pihak karyawan sehingga mampu menumbuhkan motivasi yang tinggi, dan dapat mencapai standart kinerja yang ideal.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat bagaimana penerapan Implementasi Employee Relations yang dilakukan oleh PT. Unilever Medan pada karyawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Public Relations dan Employee Relations.

Penelitian ini ditemukan hasil bahwa manajemen perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam aktivitas Employee Relations seperti memberikan program dan kebijakan kepada karyawan. Depo Medan sendiri telah menerapkan teori Employee Relations untuk memenuhi fasilitas-fasilitas dan kebutuhan para karyawan. Karyawan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan sehingga terjadinya hubungan dua arah atau timbal balik yang baik, dan lingkungan kerja yang aman dan nyaman.

**Kata kunci :** *Public Relations, Employee Relations*, dan PT.Unilever Indonesia Tbk

## ABSTRACT

**Qadri Ensri Hidayat, 19321285. Implementation Of Employee Relations At PT. Unilever Medan Branch. Undergraduate Thesis Program of Communication Studies, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences. Indonesian Islamic University. 2023**

In a company, every individual should engage in interactions with their colleagues. It has become an obligation within a company to maintain relationships between company management and employees, often referred to as Employee Relations, as a healthy and positive working environment between the company and employees is key to the progress of a company. Subordinates and superiors must have good relationships to facilitate two-way communication. Through Employee Relations activities, positive outcomes can be achieved for employees, such as feeling more valued and appreciated by the company, which can foster high motivation and enable them to achieve ideal performance standards.

This research aims to examine how the implementation of Employee Relations is carried out by PT. Unilever Medan among its employees. This research utilizes a qualitative research method. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. The theories used in this research are Public Relations and Employee Relations.

The findings of this research indicate that the company management plays a crucial role in Employee Relations activities by providing programs and policies to the employees. PT. Unilever Medan has implemented Employee Relations theory to meet the facilities and needs of its employees. Employees can provide feedback to the company management, leading to good two-way communication and a safe and comfortable working environment.

**Keywords:** *Public Relations, Employee Relations*, and PT.Unilever Indonesia Tbk

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada saat ini humas dalam sebuah perusahaan menjadi peran yang sangat penting, humas sendiri juga menjadi bagian dari ilmu komunikasi. Humas dapat menjadi jembatan informasi baik di luar organisasi dan di dalam sebuah organisasi. Menurut (Maria, 2018) Humas tidak hanya memberikan informasi dan mengklarifikasi suatu permasalahan yang timbul, namun humas juga mengumpulkan informasi, memilah-milih setiap informasi yang masuk dan menyampakan ke atasan. Humas juga dituntut melakukan pekerjaannya dengan jujur dan transparan kepada masyarakat didalam komunikasi.

Humas atau hubungan masyarakat sendiri juga sering disebut dengan *Public Relations* dimana *Public Relations* sendiri adalah orang-orang yang berada didalam lingkaran internal menjadi salah satu penggerak dari jalannya sebuah kegiatan yang sudah dibuat. Orang-orang yang berada didalam lingkaran internal adalah sebuah komponen yang tidak dapat dipisahkan, karena mereka memiliki keterlibatan atau hubungan timbal balik di dalam sebuah perusahaan. dengan adanya hubungan yang baik di ranah internal diharapkan menjadi sebuah motivasi dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan atau organisasi. tetapi, jika keadaan yang terjadi di dalam lingkungan internalnya tidak baik atau bermasalah, kemungkinan akan terjadi beberapa masalah dan hambatan pada jalannya kegiatan dan pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi tersebut (Maulana & Afifi, 2021). suatu perusahaan tidak terlepas dari totalitas dan produktivitas karyawan dalam bekerja. Keberadaan humas dalam sebuah perusahaan seharusnya di pandang sebagai bagian paling penting untuk mencapai suasana kerja yang baik di dalam sebuah perusahaan itu sendiri.

Humas atau *Public Relations* juga harus berupaya membangun kegiatan *Employee Relations* yang baik dan efektif agar terciptanya hubungan yang harmonis antar karyawan. *Employee Relations* sendiri menurut Ruslan dalam jurnal yang ditulis oleh Anisa Septia Maheldi (Riau et al., 2016), *Employee Relations* sendiri merupakan bagian dari khalayak yang mencakup pelaku pekerjaan dan merupakan suatu komponen penting dalam suatu kegiatan perusahaan.

Ketika kenyamanan dan lingkungan komunikasi tidak diperhatikan, maka hal ini akan menimbulkan permasalahan pada lingkungan kerja. Karyawan akan merasa tidak nyaman dalam bekerja, sehingga menimbulkan iklim komunikasi yang tidak kondusif. Hasil dari ketidaknyamanan ini akan berdampak tidak hanya kepada produktivitas karyawan, tetapi dapat mempengaruhi terhadap tingginya angka keluar masuk nya karyawan pada perusahaan. Tentu hal ini sangat berimplikasi terhadap stabilitas dan produktivitas perusahaan itu sendiri. Employee Relations sendiri dilakukan untuk menciptakan bentuk hubungan atau komunikasi dua arah antara perusahaan atau organisasi dengan karyawannya dalam upaya membina kerja sama dan hubungan baik antara keduanya. Dengan kata lain Employee Relations bertujuan untuk mencapai kerjasama dan saling pengertian serta efektifitas diantara perusahaan dengan karyawan. Dengan adanya kegiatan *Employee Relations* sebagai wujud pelaksanaan program hubungan internal melalui kemampuan mengatur sumber daya manusia yang dimiliki secara optimal serta menghasilkan hasil positif bagi keberlangsungan usaha, seperti adanya perasaan lebih diapresiasi dan diperhatikan dari pihak karyawan sehingga mampu menimbulkan motivasi yang tinggi, dan dapat mencapai standart kinerja yang ideal sehingga akan berpengaruh kepada pola dan hasil produksi dan pelayanan jasa untuk konsumen, hingga akhirnya mampu mencapai prestasi kinerja yang semaksimal mungkin (Putri, 2021)

Oleh sebab itu maka sebuah lingkungan kerja yang sehat dan baik antara perusahaan dan juga karyawan menjadi kunci dalam kemajuan *Company* tersebut. Bawahan dan atasan yang mempunyai hubungan saling menghargai dan menghormati biasanya memiliki sifat loyal terhadap sebuah perusahaan dan memiliki rasa mempunyai terhadap sebuah perusahaan. Hubungan yang sehat disebuah perusahaan mampu menjadikan sebuah karyawan yang produktif dan bekerja dengan baik.(Widjaja, 2010)

Kegiatan Employee Relations memberikan dorongan pada karyawan dalam melakukan beragam aktivitas. Perwujudan dari implementasi tersebut berupa program-program usaha untuk bekerja dengan sungguh-sungguh yang pada akhirnya akan meningkatkan dan memajukan perusahaan. Produktivitas kerja dari karyawan juga merupakan kualitas dari program kegiatan Employee Relations yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Seperti halnya perusahaan lain, PT. Unilever Indonesia (Depo Medan) berusaha menjalin hubungan yang baik antara pihak manajemen dengan karyawannya. Dalam hal ini peneliti menitik beratkan kepada implementasi program kegiatan karyawan, dimana harus tercipta hubungan yang baik. Employee Relations dibentuk agar dapat mewujudkan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Pada penelitian ini, peneliti lebih berfokus kepada program kegiatan *Employee Relations* yang diterapkan untuk menjaga hubungan antara karyawan dan perusahaan tersebut. dan menjadikan PT. Unilever Indonesia tbk (Depo Medan) sebagai subjek penelitian. Alasan pemilihan PT. Unilever Indonesia tbk (Depo Medan) sendiri sebagai subjek penelitian untuk meneliti terkait implementasi program kegiatan Employee Relations karena berdasarkan observasi yang didapatkan, selain jumlah karyawan yang hanya 30 orang dan harus menjaga kekompakkan, namun juga menyangkut kondisi terkini yakni adanya sistem work from home karena pandemi covid 19. dimana banyak kebijakan baru yang tentunya menghambat komunikasi atau hubungan langsung terhadap pihak perusahaan dan para karyawan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat “apakah PT. Unilever Indonesia tbk telah menerapkan *Employee Relations* dalam menjalin hubungan dengan karyawannya?” peneliti ingin mengetahui langkah-langkah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia yang menjadi perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* terkemuka di Indonesia, dalam menerapkan *Employee Relations* terhadap karyawannya.

## **B. Rumusan masalah**

Dari pemaparan pada penjelasan peneliti yang ada di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah, yaitu “Bagaimana implementasi employee relations yang dilakukan oleh PT. Unilever Medan pada karyawan?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Implementasi *Employee Relations* pada PT. Unilever Indonesia tbk cabang Medan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis maupun manfaat praktis. Berikut manfaat dari penelitian ini:

## **1. Manfaat Akademis**

Meningkatkan pengetahuan mengenai *internal relation* dan menambah ilmu pengetahuan utamanya dalam kajian ilmu komunikasi. Disamping itu, peneliti juga berharap hasil dari kajian ini dapat memperkaya materi keilmuan dalam kaitannya dengan proses perencanaan (*planning*), proses pengorganisasian (*organizing*), proses pengiatan (*actuating*), proses pengawasan (*controlling*) dan guna memahami bagaimana keterkaitan *Employee Relations* khususnya untuk menciptakan dan memelihara hubungan baik agar target atau tujuan yang dikehendaki bersama dapat tercapai secara optimal.

## **2. Manfaat Praktis**

Menjadi bahan acuan bagi seluruh perusahaan dengan mengembangkan Implementasi employee dalam menjaga hubungan baik di dalam perusahaan.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian pertama adalah penelitian (Irawan, 2015), yang berjudul “ Penerapan peran Public Relations pada program Employee Relations sebagai upaya meningkatkan loyalitas karyawan”. Metodologi yang dipakai oleh peneliti yakni melalui pendekatan kuantitatif, dengan desain penelitian studi kasus. Adapun penyusunan penelitian tersebut bertujuan menguraikan dan menganalisis bagaimana penerapan peran Public Relations pada program Employee Relations sebagai upaya meningkatkan loyalitas karyawan di PT. Kao Indonesia. Hasil dari analisis dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan Public Relations pada program Employee Relations sebagai upaya meningkatkan loyalitas karyawan sebagai media komunikasi.

Persamaan dengan penelitian adalah konsep yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian yaitu dengan menggunakan konsep employee relations. Selain itu bagaimana kegiatan employee relations yang berpengaruh terhadap sebuah perusahaan dan bagi hubungan perusahaan dengan karyawan. Sementara itu unsur yang menjadi poin perbedaan dalam penelitian ini ditunjukkan pada poin fokus penelitian, dalam hal ini fokus uraian penelitian terdahulu mengacu pada penerapan Public Relations Pada Program Employee Relations, sedangkan penelitian yang saat ini disusun oleh peneliti hanya berfokus kepada Implementasi Employee Relations kepada karyawan.

Penelitian kedua berasal dari (Triyandari, 2020) yang berjudul “Implementasi Employee Relations pada koperasi pegawai Bank Indonesia”, Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan paradigma Positivisme untuk menggambarkan Post-Positivisme. Penyusunan penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan implementasi Employee Relations yang dilakukan oleh koperasi pegawai bank indonesia dan untuk mengetahui apa saja kegiatan Employee

Relations koperasi pegawai bank indonesia. Hasil dari penelitian tersebut menggambarkan bahwa dengan melakukan implementasi Employee Relations dapat menciptakan suasana kerja yang menyenangkan dalam instansi tersebut terutama keuntungan untuk instansi sendiri dengan peningkatan kinerja pegawainya.

Persamaan dengan penelitian adalah konsep yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian yaitu dengan menggunakan konsep employee relations. Selain itu bagaimana program kegiatan employee relations yang dibuat dalam mempengaruhi kinerja karyawan terhadap sebuah perusahaan dan bagi hubungan perusahaan dengan karyawan.

Peneliti ketiga berasal dari (Rahmi et al., 2018) yang berjudul “Strategi employee relations management di PT. KEMFARM INDONESIA”, yang ditujukan guna mengkaji dan memahami seperti apa pelaksanaan dari sejumlah tahapan Strategi Employee Relations Management di PT. Kemfarm Indonesia. Adapun tahapan yang dimaksud mencakup 5 tahap yakni meliputi tahapan perencanaan, tahap proses pengorganisasian, tahap proses pengelolaan, tahap proses pengawasan, tahap proses evaluasi, dan terakhir yakni tahap proses pengembangan yang dimaksudkan supaya strategi tersebut bisa terlaksana dan diterapkan secara efektif di masa mendatang serta mampu meraih tujuan perusahaan dengan optimal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian deskriptif. Adapun rumusan masalah yang tercantum adalah “bagaimana Strategi Employee Relations Management di PT. Kemfarm Indonesia” yang selanjutnya menunjukkan sejumlah hasil penelitian meliputi:

- a. Proses Perencanaan dari pelaksanaan Strategi Employee Relations Management di PT Kemfarm Indonesia dilaksanakan melalui penentuan tujuan yang akan dicapai dari strategi, pemetaan situasi dan perencanaan sinergi dari program Employee Relations pada perusahaan tersebut.
- b. Proses Pengorganisasian dari pelaksanaan Strategi Employee Relations Management di PT Kemfarm Indonesia meliputi adanya eksistensi dari institusi pengelola dari Employee Relations dan sejumlah peran kegiatan tertentu yang mencakup kegiatan training atau pelatihan, program pemberian apresiasi,

pelaksanaan komunikasi secara tatap muka (employee conference), dan pelaksanaan kegiatan Family Gathering pada karyawan.

- c. Proses Pengawasan dari penyelenggaraan Strategi Employee Relations Management di PT Kemfarm Indonesia dilaksanakan dengan menciptakan dan menjalankan sistem record databased oleh Manager of Human Resource and Development sebagai pihak yang berwenang dan bertanggungjawab untuk mengelola aspek pengawasan program, pembahasan materi dari record databased tersebut, dan dapat secara langsung melakukan kegiatan monitoring.
- d. Proses Evaluasi dari pelaksanaan Strategi Employee Relations Management di PT. Kemfarm Indonesia diselenggarakan untuk mendapatkan hasil berupa alternatif peningkatan dan penyempurnaan Employee Relations itu sendiri.
- e. Proses Pengembangan dari pelaksanaan Strategi Employee Relations Management di PT. Kemfarm Indonesia terdiri atas pengembangan taraf kualitas dari Employee Relations, adanya inovasi atau pembaruan strategi, dan keterlibatan pihak pimpinan.

Persamaan dengan penelitian adalah pembahasan yang dibahas sama sama mengambil ranah internal dan juga membahas tentang hambatan yang terjadi di ranah internal seperti karyawan. Selan itu persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bagaimana penerapan employee relations. perbedaan yang terletak pada metode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian keempat adalah penelitian (Vaskalina, 2016), yang berjudul “Strategi employee relations PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Surabaya gempol dalam meningkatkan komunikasi karyawan”, Diketahui bahwa tujuan dari penyusunan penelitian tersebut untuk mendeskripsikan strategi untuk meningkatkan komunikasi yang terbangun antara karyawan guna mewujudkan ikatan yang hamonis dan saling memahami agar tujuan perusahaan dapat diraih bersama. Fokus penelitian menitikberatkan pada teknik penelitian deskriptif. Teknik tersebut ditujukan untuk mendeskripsikan secara terpadu, konkrit dan akurat berkaitan dengan realita pada suatu fakta dan sifat dari populasi atau objek yang dipilih dan diteliti. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa strategi employee relations yang diterapkan pada perusahaan

tersebut melibatkan dua pihak yakni HR Dept dan Senior Officer *Public Relations* (PR). Adapun pihak PR memegang peran untuk menyebarkan pesan dan informasi kepada seluruh karyawan melalui sejumlah media komunikasi berupa program yel-yel, program kuis, serta forum gathering. Sejumlah kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak PR ini dikemas secara kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan penggunaan media digital. Di sisi lain, pihak HR berperan dalam menjalankan berbagai program informal melalui cara-cara yang dikemas dengan apik, menarik, dan memberikan dampak motivasi bagi karyawan. Guna menyempurnakan peran-peran tersebut, pihak tim manajemen juga terlibat aktif dan berkontribusi untuk menuangkan gagasan maupun memberi support berupa fasilitas. Adapun support utama hadir melalui pihak *General Manager* (GM) melalui pertemuan tidak formal berupa berbagi pengetahuan bersama, kegiatan memasak dan memancing bersama karyawan, dan lain-lain agar tercipta proses komunikasi dua arah yang ideal antara pihak perusahaan dengan pihak karyawan.

Persamaan dengan penelitian adalah konsep yang digunakan yaitu *employee relations* dan pembahasan yang dibahas mengenai hubungan antara karyawan dengan perusahaan. Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu lebih berfokus kepada peningkatan komunikasi antara karyawan dengan perusahaan, sedangkan penelitian ini berfokus kepada hubungan antara karyawan dengan perusahaan dan penerapan *employee relations*.

Penelitian kelima adalah penelitian (Monika, 2018), yang berjudul “Implementasi *employee relations* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. PLN area pekan baru”, yang ditujukan guna memahami dan mengkaji secara mendalam terkait seperti apa bentuk aktivitas atau kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut demi menumbuhkan motivasi kerja para karyawan. Jika dihubungkan dengan konteks penelitian, adapun Teknik pengumpulan data dalam kajian implementasi *employee relations* ini memakai teknik observasi partisipan, pelaksanaan interview mendalam, dan kegiatan dokumentasi. Berdasarkan pembahasan yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil:

- a. Bentuk Implementasi *employee relations* yaitu dilakukan melalui adanya program pendidikan dan training atau pelatihan, program acara khusus,

program penghargaan, dan program kesejahteraan karyawan. Program ini memberikan berbagai macam kemudahan yang mendukung dan mendorong karyawan selama menjadi bagian dari perusahaan baik secara materi maupun fasilitas, yang bertujuan untuk meningkatkan dorongan kinerja karyawan. Empat program yang diterapkan ini, menjadi program efektif dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT PLN (Persero) Area Pekanbaru.

- b. Bentuk komunikasi Employee relations dalam memotivasi kerja karyawan di PT PLN (Persero) Area Pekanbaru dengan tujuan untuk meningkatkan semangat dan prestasi, adapun kesimpulan bentuk komunikasi employee relations yaitu Komunikasi kebawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi sejajar. Bentuk komunikasi employee relations sangat berpengaruh dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT PLN (Persero) Area Pekanbaru.

Persamaan dengan penelitian adalah konsep yang di gunakan yaitu employee relations. Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu terlalu berfokus kepada motivasi kinerja karyawan dan bentuk komunikasi employee relations, sedangkan penelitian ini berfokus strategi dan penerapan employee relations sebuah perusahaan.

## **2. Kerangka Teori**

### **2.1 Public Relations**

Pada dasarnya *Public Relations* dapat didefinisikan sebagai suatu bagian manajemen yang berperan dalam menunjang kegiatan pembinaan, memelihara jalinan komunikasi, sikap saling memahami, dan sikap saling menerima antara instansi atau lembaga tertentu dalam hubungannya dengan publik. *Public Relations* juga dipahami sebagai pihak yang berperan dalam menyatukan dan menjembatani penyelesaian masalah yang terjadi di suatu manajemen serta dapat memberikan pelayanan atas kepentingan dan kebutuhan umum pihak manajemen dalam mencapai perubahan ke arah yang lebih baik. *Public Relations* juga memegang andil sebagai pihak pengingat yang mampu membantu pihak manajemen untuk mengantisipasi terjadinya kecenderungan tertentu melalui sarana pemanfaatan teknik komunikasi yang baik (Rumanti & Evelina, 2002)

Lebih jauh lagi, *Public Relations* sejatinya adalah suatu kegiatan tertentu dengan menitikberatkan tujuan pada terbentuknya hubungan masyarakat yang dapat dikategorikan kepada tujuan komunikasi itu sendiri. Merujuk pada penjelasan Frida (Kusumantuti Frida, 2002) dapat diketahui ada beberapa tujuan dalam hubungan masyarakat diantaranya:

- a. Terjaganya hubungan yang saling pengertian [aspek kognisi]
- b. Membangun hubungan kepercayaan [aspek efeksi]
- c. Menjaga kerjasama [aspek psikomotoris]

Menurut (Danandjaja, 2011) tujuan dari PR dikelompokkan berdasarkan kegiatannya yaitu:

a. Eksternal Public Relations

Secara praktis tujuan dari eksternal PR yaitu:

- 1) Membentuk image di mata masyarakat dengan melakukan sejumlah kegiatan program yang diadakan oleh perusahaan.
- 2) Menaikkan kualitas dari calon pegawai yang akan direkrut.
- 3) Membentuk cerita akan kesuksesan yang sudah diraih oleh perusahaan selama ini, agar dapat pengakuan oleh masyarakat.
- 4) Mengenalkan profil perusahaan secara lebih jauh ke publik untuk menjangkau mangsa pasar baru yang lebih luas.
- 5) Bertujuan memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan masyarakat
- 6) Bertujuan mengajarkan para konsumen agar lebih mengerti dalam menggunakan produk produk perusahaan.
- 7) Bertujuan meyakinkan public atau masyarakat luas bahwa perusahaan memiliki kekuatan sehingga dapat tetap bertahan (*survive*) dalam keadaan krisis

b. Internal Public Relations

Pada dasarnya struktur organisasi kehumasan ada dua, yaitu *Internal Public Relations* yang merupakan bagian dari perusahaan yang menghususkan diri pada bidang kehumasan. Besar kecilnya departemen *Internal Public Relations* sebuah perusahaan terutama ditentukan oleh tiga faktor, yaitu:

- 1) Ukuran perusahaan itu sendiri.

- 2) Nilai atau pentingnya fungsi kehumasan di mata manajemen atau pimpinan perusahaan yang bersangkutan.
- 3) Ciri khas humas pada setiap perusahaan memang berbeda-beda (Anggoro, 2002), dan tingkat efektivitas humas internal juga dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:
  - a) Keterbukaan Manajemen.
  - b) Ketika manajemen menyadari pentingnya berkomunikasi dengan karyawan mereka.
  - c) Kehadiran seorang manajer komunikasi tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber daya teknis yang modern.

*Internal Relations* mengakui bahwa mitra perusahaan merupakan bagian penting dalam pekerjaan sumber daya manusia. Tujuan dari Internal Public Relations adalah untuk membantu karyawan yang memiliki rasa etika kerja yang kuat. Koneksi antara atasan dan bawahan akan berfungsi dengan baik jika keduanya dapat bekerja sama dengan baik. Hubungan saling membutuhkan atau timbal balik antara para karyawan juga dapat menciptakan suasana kerja yang nyaman baik secara vertikal maupun horizontal.

Terdapat beberapa pengertian komunikasi internal organisasi. Menurut (Ig, 2003), Komunikasi internal adalah proses pertukaran ide dan informasi di antara anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi internal terjadi di setiap organisasi dan dapat bersifat formal maupun informal. Ini juga dapat terjadi di jaringan yang lebih besar daripada yang digunakan untuk komunikasi kelompok. (Mulyana, 2001). Sedangkan menurut Lawrence D. Brennan, komunikasi internal didefinisikan sebagai pertukaran gagasan di antara manajemen dan karyawan Serta perwujudan perusahaan melalui keunikan struktur (organisasi) dan pertukaran ide secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan (operasi dan manajemen).

Dalam mewujudkan lingkungan yang memuaskan didalam sebuah perusahaan, terutama untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, komunikasi

sangat penting dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi berbasis umpan balik antara atasan dengan bawahan. (Abdurrahman, 1995) Pernyataan Publik Internal dalam suatu perusahaan mencakup beberapa tingkatan, yaitu:

- 1) Hubungan dengan pegawai atau karyawan (*employee relations*) pada umumnya, dan khususnya keluarga karyawan.
- 2) Hubungan dengan manajemen di lingkungan pimpinan perusahaan (*management relationship*) baik di level perusahaan maupun di level eksekutif.
- 3) Hubungan dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham (*stakeholder relations*) (Ruslan, 2010).

c. Tujuan dari Internal Relations

- 1) Membuat sebuah penilaian sikap dan opini publik kepada masyarakat, terutama berkaitan dengan pelaksanaan regulasi dan kebijakan perusahaan.
- 2) Menyusun suatu pembaruan dan penyempurnaan atas kebijakan yang sedang dilakukan agar dapat mencapai tujuan tanpa menghilangkan pendapat dan kebutuhan publik.
- 3) Memberikan pemahaman yang jelas kepada publik secara umum maupun karyawan secara khusus tentang adanya pembentukan regulasi dan kebijakan perusahaan yang sifatnya obyektif dan berkaitan dengan sejumlah kegiatan umum perusahaan untuk menguraikan tumbuh dan kembang perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini tahapan berikutnya menghendaki pihak publik karyawan untuk tetap *well inform*.
- 4) Merancang sebuah susunan staff secara struktural sehingga tugas atau pekerjaan yang diberikan dapat efektif dan tepat sasaran khususnya yang sifatnya internal dalam perusahaan.

Employee Relations sendiri adalah bagian *Internal Relations* di suatu organisasi. Disini peneliti juga turut menghadirkan teori dari *Employee Relations*, hal tersebut disebabkan teori ini merupakan bagian dari *Internal Relations*. Pendapat (Widjaja, 2010) dalam tulisannya yang dikutip pada halaman 71, menguraikan bahwa *Employee Relations* memiliki peran yang

penting untuk memelihara relasi yang terbangun antara pihak manajemen dengan karyawan dalam khususnya berkaitan dengan aspek kepegawaian, contohnya dalam hal penyerahan hak karyawan berupa upah/gaji, pemberian promosi berupa kenaikan jabatan, pengajuan mutasi karyawan, penentuan pensiun, sampai dengan pemutusan hubungan atau pemberhentian, dan lain sebagainya (Mayasari & Angguntara, 2018), Sejalan dengan uraian Widjaja tersebut, Ruslan juga memaparkan bahwa terdapat sejumlah program yang dapat dilaksanakan dari *Employee Relations* diantaranya seperti pemberian training dan pendidikan kepada karyawan, memacu antusiasme dan spirit kerja untuk lebig berprestasi, pemberian bonus atau *reward* sebagai wujud apresiasi, dan mengadakan *special event* tertentu.

Lebih lanjut lagi, (Yulianita, 2007) memberikan penjelasan bahwa figur *Public Relations* dalam ranah pengurusan problem internal perusahaan, harus melakukan hubungan langsung kepada karyawan. seperti berdiskusi, mengobrol, agar para karyawan merasa mendapatkan feedback yang baik dari perusahaan tersebut. Dengan melakukan hubungan yang demikian para karyawan akan lebih terbuka dalam mengemukakan pemikiran dan opininya karena tidak dapat dipungkiri bahwa pemikiran karyawan pasti berbeda satu sama lain.

## **2.2 Employee Relation**

Dalam sebuah *Company*, pegawai memiliki peranan penting dalam memobilisasi laju kerja di perusahaan atau instansi untuk mencapai tujuan bersama, oleh sebab itu menjalin dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak karyawan menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Menurut Bonar, *Employee Relations* merupakan hubungan karyawan yang mengatur secara khusus koneksi antara manajemen perusahaan dengan karyawan agar tetap dalam keadaan baik dan merupakan bagian dari sistem organisasi yang terintegrasi.(Bonar, 1973a). Dengan melaksanakan kegiatan *employee Relationship*, memupuk hubungan yang baik antara karyawan dengan pimpinan perusahaan, karyawan dengan karyawan, agar karyawan selalu dalam keadaan baik, disamping dedikasi, kerjasama antar anggota organisasi terutama terjalinnya komunikasi yang efektif dalam perusahaan (Bonar, 1973b).

Pada hakikatnya, *Employee* merupakan bagian dari ranah public internal yang menjadi target utama dari penyelenggaraan program *Employee Relations* dimana hal ini difungsikan guna membentuk relasi atau hubungan baik pada masing-masing individu di satu perusahaan itu sendiri. Terciptanya hubungan baik yang demikian akan melahirkan iklim kerja yang lebih kondusif dan produktif. Hal ini menegaskan Kembali bahwa kedudukan pegawai mempunyai peranan sebagai asset utama dalam menjalankan laju kerja suatu perusahaan.

Menurut (Ruslan, 2012) memberikan pengertian sebagai interaksi antara lingkungan internal perusahaan yang terdiri atas sejumlah anggota-anggota dalam kedudukannya sebagai pekerja disebuah perusahaan untuk menuju ke arah perubahan yang lebih baik baik secara fungsional maupun teknis berkaitan dengan berbagai bentuk pekerjaan yang dihadapinya.

Tujuan dari *Employee Relations* adalah Untuk menjadi media komunikasi dua arah dalam pelaksanaan suatu organisasi maupun perusahaan tertentu, tujuan tersebut dijelaskan, sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana dalam mengantisipasi adanya miss komunikasi atau berbagai problematika yang dimungkinkan akan muncul sebagai penghalang komunikasi antara pihak pekerja dengan pihak perusahaan.
- b. Untuk menjadi media dalam berkomunikasi ketika terdapat pembentukan dan penetapan regulasi, peraturan, kebijakan, ketentuan maupun sistem pengelolaan tenaga kerja yang diterapkan dalam suatu perusahaan.
- c. Untuk menjadi media komunikasi yang dibutuhkan dalam lingkup internal perusahaan utamanya bagi karyawan yang ingin mengemukakan kritik, laporan, saran, dan masukan ke pihak manajemen tingkat atas.

Terselenggaranya *employee relations* dalam hal ini diharapkan mampu membawa dampak yang baik bagi sebuah perusahaan atau instansi tertentu. *Employee Relations* juga merupakan sebuah usaha perbaikan relasi atau hubungan antara pihak manajemen dengan pekerja sebagaimana diketahui pekerja merupakan asset utama yang menentukan laju kerja perusahaan itu sendiri. Relasi yang demikian juga termasuk pada hubungan kepegawaian yang terbentuk di perusahaan tersebut.

Dalam usaha meningkatkan kinerja dan kualitas pegawai, perusahaan harus melihat akan pentingnya membangun hubungan dengan pegawai (*employee relations*). *Employee relations* atau hubungan kepegawaian tidak dapat sebatas dilihat dari sudut pandang yang sempit semata, kondisi ini sejalan dengan perspektif hubungan industrial dimana menitikberatkan pada aspek-aspek tertentu seperti proses produksi dan hak karyawan berupa upah, melainkan makna spesifiknya jauh lebih dalam dari pada itu, yang hanya sekedar dipengaruhi oleh adanya hubungan internal dari pihak karyawan dengan pihak manajemen perusahaan (Ruslan, 2002a).

Komunikasi hubungan internal tersebut dapat berjalan dengan sesuai, jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Terdapat keterbukaan antara manajemen perusahaan terhadap karyawan yang dimiliki.
- b. Bersikap menghormati satu sama lain
- c. Mendapatkan kesadaran dari perusahaan tentang pentingnya komunikasi timbal balik
- d. Perusahaan mempunyai seorang humas dengan kemampuan yang tidak hanya sebatas pada *skill* komunikator saja, melainkan juga memiliki kemampuan dan pengalaman di bidang mediasi dan persuasi.

Hubungan karyawan adalah sarana manajemen seperti teknis dan praktis yang dimulai dari atas dan membangun hubungan komunikasi yang efektif dengan contoh, komitmen bersama untuk menerapkan budaya perusahaan di tingkat manajemen dan eksekutif perusahaan. dalam proses pencapaian tujuan tersebut, kegiatan *employee relations* dapat dilaksanakan dalam bentuk: (Ruslan, 2002b)

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan

Kegiatan edukasi dan pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu usaha untuk menaikkan kinerja dan kreatifitas pegawai serta kualitas dan kuantitas pelayanan yang diberikan

- b. Program Motivasi Kerja Berprestasi

Kegiatan tersebut diharapkan mampu memadukan antara motivasi dan prestasi serta kedisiplinan karyawan, dengan harapan perusahaan dapat mencapai produktivitas yang tinggi.

c. Program Penghargaan

Merupakan maksud perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada karyawan, termasuk mereka yang berkinerja baik dan memiliki masa kerja yang lama. Dalam hal ini, penghargaan membawa loyalitas kepada perusahaan.

d. Program Acara Khusus

Ini adalah kegiatan khusus yang dirancang khusus di luar pekerjaan sehari-hari, seperti piknik dengan semua staf, tujuannya untuk menumbuhkan rasa keakraban antara rekan kerja dan pimpinan.

e. Program Media Komunikasi Internal

Menetapkan media plan komunikasi internal dengan pengumuman, *Press Release* dan majalah perusahaan yang memuat pesan, informasi dan berita terkait karyawan atau event antara perusahaan dengan pimpinannya.

Kegiatan *employee relations* diharapkan membuahkan hasil yang positif khususnya para pegawai merasa didukung dan diperhatikan oleh manajemen perusahaan maka dari itu dapat menimbulkan rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang lebih tinggi dan harapan akan prestasi kerja yang maksimal. Selain itu akan mengurangi situasi-situasi yang berdampak negatif terhadap manajemen perusahaan, seperti karyawan merasa bosan, jenuh, yang berujung pada rendahnya loyalitas dan produktivitas karyawan terhadap perusahaan.

### 2.3 Teori Human Relation

Dalam ilmu komunikasi ada sub ilmu yaitu *Public Relations* yang di dalamnya ada istilah Human Relation dimana ilmu ini mengkaji bagaimana manusia berinteraksi secara personal dan bagaimana menjalin hubungan dengan baik. Pendapat Terry, human relations sendiri dapat dimengerti sebagai hubungan baik yang dibutuhkan untuk komunikasi yaitu mengenai kegiatan kerjasama timbal balik.

Davis dalam Effendy, mengemukakan jika Human Relations merupakan suatu kegiatan tentang upaya mengenai motivasi manusia yang dimana hal ini bertujuan dapat mewujudkan kerja sama efektif, selain itu juga dapat memberikan kebutuhan dan tercapainya tujuan organisasi tersebut. Hal serupa juga dikemukakan oleh Munasef jika human relations karyawan yang berada di perusahaan tersebut dengan semua hubungan, formal ataupun informal yang digerakkan pimpinan kepada bawahan dengan tujuan

menumbuhkan kerja sama secara intim dan selaras agar tercapainya tujuan perusahaan. Dengan kata lain, bahwa human relations merupakan semua hubungan karyawan yang memiliki sifat formal, informal di situasi kerja, hal ini mendorong karyawan agar bekerja produktif guna mencapai kepuasan secara ekonomi, psikologis ataupun social.

Fungsi human relation bagi organisasi dan sebuah perusahaan seperti yang telah dikemukakan oleh

- a. Mengantisipasi adanya misskomunikasi antara atasan dan bawahan
- b. Mewujudkan kerjasama yang baik antara atasan dan bawahan
- c. Mampu membuat komunitas kerja atau team work yang efektif
- d. Membentuk kerja sama yang baik antara individu dan kelompok ke satu tujuan.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis employee relations. Tujuan peneliti menggunakan analisis ini bertujuan agar dapat melihat penerapan employee relations terhadap karyawan yang dilakukan oleh PT. Unilever cabang Medan.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

PT. Unilever Indonesia Tbk. Jl. Sei Serayu no.35 Medan

**Tabel 1.1**  
**Jadwal Penelitian**

<b>Kegiatan</b>	<b>Waktu</b>
Penelitian	November 2022
Pengolahan Data	Februari 2023
Penyusunan Skripsi	November - Februari 2023
Publikasi	April 2023

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan 2 pengumpulan data yaitu :

a. Wawancara

Disini peneliti akan menggunakan teknik wawancara untuk pengumpulan data dengan cara mewawancarai beberapa karyawan dari PT. Unilever cabang Medan. Diharapkan hasil yang didapat, dapat menjawab pertanyaan dari penelitian ini.

b. Studi Pustaka

Penelitian kali ini, peneliti juga menggunakan data yang berasal dari jurnal, skripsi, dan buku yang ada di internet. Hal ini dilakukan agar dapat memperkuat argumen-argumen yang terdapat di dalam penelitian ini.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Pada teknik analisis data, hal pertama yang akan peneliti lakukan adalah dengan mewawancarai beberapa karyawan yang ada di PT. Unilever Indonesia cabang Medan. Setelah mendapatkan hasil dari wawancara, peneliti akan mengolah jawaban tersebut dengan menggunakan analisis employee relations. Lalu, hasil akhir yang didapat setelah menggunakan tahap analisis diharapkan mampu menjawab pertanyaan dari penelitian ini.

#### **5. Sumber Data**

Pada penelitian kali ini, peneliti mengambil sumber data yang berasal dari karyawan PT. Unilever Indonesia cabang Medan. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil yang sesuai di penelitian ini.

#### **6. Validasi data**

Pada penelitian kualitatif ini agar validasi data terjaga, maka dalam hal ini harus adanya uji validasi. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan antara hasil wawancara yang diperoleh guna pengecekan berulang data yang valid.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Berdasarkan objek penelitian, penelitian ini dilakukan di Kantor Unilever Indonesia cabang Medan yang berada di Jalan Sei Serayu No.35, Kelurahan Babura, Kecamatan. Medan Sunggal. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari Sejarah berdirinya perusahaan, Visi dan Misi, Struktur organisasi, Gambaran umum dan budaya karyawan, profile narasumber. Beberapa uraian gambaran umum tersebut meliputi :

#### A. Profil Perusahaan

##### 1. Sejarah Singkat Unilever

PT. Unilever didirikan di Indonesia kurang lebih sudah 85 tahun dan telah menjadi salah satu perusahaan terbesar dan terdepan dalam industri barang konsumsi di Indonesia. Dalam pengelolaan bisnis, PT. Unilever memiliki landasan atau tujuan inti, yaitu untuk mempromosikan kehidupan berkelanjutan atau biasa dikenal dengan *Unilever's Sustainable Development Plan (USLP)*. dimana Unilever menekankan bahwa produknya ramah lingkungan.



**Gambar 2.1 Logo PT.Unilever**

Logo Unilever sendiri dirancang oleh Lowe's yang berasal dari Sri Lanka pada tahun 2004. Konsep logo Unilever sendiri memiliki elemen visual kecil yang mewakili konsep dari banyak brand produk Unilever yang kini cukup terkenal dan terkemuka. Konsep yang digunakan sendiri adalah huruf "U", huruf "U" berarti "kamu" dimana setiap manusia bisa melakukan perubahan. (Sumber [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)).

Perkembangan PT. Unilever Indonesia, Tbk sampai dengan sekarang dapat dilihat dari data table dibawah ini :

**Tabel 2.1**  
**Sejarah PT.Unilever Head Office**

(Sumber [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id))

<b>Tahun</b>	<b>Perkembangan</b>
1920-1930	Import oleh van den Bergh, Jurgen and Brothers
1933	Pabrik sabun – Zeepfabrieken NV Lever – Angke, Jakarta
1936	Produksi margarin dan minyak oleh Pabrik van den Bergh NV Angke, Jakarta
1941	Pabrik komestik – Colibri NV, Surabaya
1942-1946	Kendali oleh unilever dihentikan (Perang Dunia II)
1965-1966	Di bawah kendali pemerintah
1967	Kendali usaha kembali ke Unilever berdasarkan undang-undang penanaman modal asing
1981	Go public dan terdaftar di Bursa Efek Jakarta
1982	Pembangunan pabrik Ellida Gibbs di Rungkut, Surabaya
1988	Pemindahan Pabrik Sabun Mandi dari Colibri ke Pabrik Rungkut
1990	Terjun di bisnis teh
1992	Membuka pabrik es krim
1995	Pembangunan pabrik deterjen dan makanan di Cikarang, Bekasi
1996-1998	Penggabungan instalasi produksi – Cikarang, Rungkut
1999	Deterjen Cair NSD – Cikarang
2000	Terjun ke bisnis kecap
2001	Membuka pabrik teh – Cikarang
2002	Membuka pusat distribusi sentral Jakarta
2003	Terjun ke bisnis obat nyamuk bakar
2004	Terjun ke bisnis makanan ringan
2005	Membuka pabrik sampo cair – Cikarang
2008	Terjun ke bisnis minuman sari buah

2010	Perusahaan memasuki bisnis pemurnian air dengan meluncurkan Pureit
2011	Perusahaan mendirikan pabrik sabun mandi Dove di Surabaya sekaligus memperluas pabrik es krim Wall's dan Skin Care di Cikarang
2013	Mendirikan pabrik di Sei Mangke, Sumatera Utara
2017	Mendirikan Graha Unilever Indonesia di BSD City, Tangerang

Sedangkan untuk perkembangan PT. Unilever Indonesia cabang Medan sampai sekarang dapat dilihat dari data tabel dibawah ini :

**Tabel 2.2**  
**Sejarah PT. Unilever Depo Medan**

<b>Tahun</b>	<b>Perkembangan</b>
1974	Bertempat di Jalan Olympia Plaza
1976	Bertempat di Jalan S. Parman Simpang Sultan Hasanuddin
1982	Bertempat di Jalan Glugur
1988	Bertempat di Jalan BGR Simpang
2005	Bertempat di Jalan Krakatau
2010	Bertempat di Jalan Agus Salim Polonia
2020	Bertempat di Jalan Sei Serayu

## **2. Visi Misi Perusahaan**

Untuk mencapai tujuan tentunya harus memerlukan rencana dan tindakan khusus untuk mencapainya. Secara umum dapat dikatakan bahwa visi dan misi adalah konsep perencanaan yang disertai tindakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Visi adalah gambaran mendalam tentang perusahaan, tujuan, dan rencana apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan di masa depan. Misi adalah pernyataan apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya untuk mewujudkan misi perusahaan tersebut.

Dalam hal pencapaian tujuannya PT. Unilever Indonesia, Tbk memiliki visi dan misi sebagai berikut (Sumber : PT. Unilever Indonesia Tbk.) :

Visi dari Unilever Indonesia adalah untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

Misi Unilever Indonesia :

- a) Unilever berusaha setiap hari untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.
- b) Unilever membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan memaksimalkan hidup melalui merek-merek dan layanan yang lebih baik untuk diri mereka sendiri dan orang lain.
- c) Unilever menginspirasi orang-orang untuk mengambil langkah-langkah kecil setiap hari yang jika digabungkan dapat membuat perubahan besar di dunia.
- d) Unilever terus mengembangkan metode bisnis baru yang memungkinkan Unilever untuk melanjutkan pertumbuhannya sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Unilever harus terus berkembang sambil mengurangi dampak lingkungannya.

### 3. Struktur Organisasi Unilever Cabang Medan

**Tabel 2.3**  
**Struktur Organisasi Unilever Cabang Medan**

Title	Job Descriptions
ASM / Area Sales Manager 1. Bp. Imam Pratomo	1. Bertanggung jawab penuh atas area medan/ depo medan (karyawan/ti) 2. Bertanggung jawab atas pencapaian sales growth/ target area medan 3. Memberi informasi issue national mengenai sales promo 4. Bertanggung jawab kepada team untuk mencapai team work yang solid 5. Sebagai approver activity kegiatan khususnya daerah medan 6. Bertanggung jawab atas maju mundurnya business distributor all area medan 7. Memastikan barang barang dan promo sudah didistribusikan ke konsumen
AASM/ Assisten Area Sales Manager 1. Mba Dian Wijastuti 2. Mas Fahmi Dwiputra	1. Mengcover distributor 2. Bertanggung jawab atas maju mundurnya distributor area cover 3. Mendvelop Owner distributor agar bisa

	<p>bekerjasama</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Bertanggung jawab atas target yg telah di berikan ASM</li> <li>5. Ngebrief semua promo masing-masing brand agar pesan tersampaikan ke distributor. Dari distributor agar bisa sampai ke konsumen</li> <li>6. Menjaga relationship team distributor dari owner, sales, team gudang dll</li> <li>7. Monitoring barang/stock distributor terdistribusikan atau tidak</li> </ol>
<p>CD Oprational Supervisor 1. Bu Endang Kartika Sari</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertanggung jawab atas operational Kantor/Depo</li> <li>2. Bertanggung jawab atas akomodasi dan transportasi manager</li> <li>3. Bertanggung jawab segala operational expense manager</li> <li>4. Mengkoordinir karyawan yg ada di depo</li> <li>5. Bertanggung jawab atas mobil operational ASM &amp; AASM</li> <li>6. Menghandle persiapan setiap ada kunjungan Resmi</li> <li>7. Monitoring report area medan</li> </ol>
<p>Logistic 1. TTS 2. CFS/ Customer Facing Sales 3. Collector</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengatur keluar masuk barang unilever ke distributor</li> <li>2. Penagihan hutang piutang distributor</li> <li>3. Memproses claim claiman promo distributor</li> <li>4. Mengurus faktur pajak customer/distributor</li> </ol>
<p>IT</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan update software di seluruh computer/laptop kantor</li> <li>2. Melakukan service jaringan untuk computer/laptor kantor</li> <li>3. Melakukan pengecekan secara berkala printer kantor</li> </ol>
<p>Unilever Store Leader</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kunjungan ke took sesuai dengan permanent journey plan</li> <li>2. Melakukan merchandising di toko sesuai dengan shelf standart dari unilever</li> <li>3. Melakukan monitoring harga dan promo di toko</li> <li>4. Melakukan suggest order di toko</li> </ol>

#### **4. Gambaran Umum dan Budaya Kerja Karyawan**

PT.Unilever Indonesia sangat menghargai dan sangat menjaga para karyawannya. Dalam hal ini perusahaan sangat tau betul bagaimana pentingnya kesehatan fisik dan mental bagi kinerja karyawannya. Perusahaan percaya bahwa karyawan harus mempunyai fasilitas yang baik untuk menjaga keseimbangan dalam keseharian mereka, baik secara fisik, emosional, mental, dan tujuan hidup para karyawan. Kepedulian dan awareness yang dilakukan oleh perusahaan kepada karyawannya secara tidak langsung menjadi investasi jangka panjang, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi para karyawan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan mendorong para pimpinan yang ada di setiap cabang unilever di indonesia untuk mendukung kesehatan fisik dan mental setiap karyawan, yang mana disetiap cabang memiliki budaya kerjanya masing-masing.

Budaya kerja sendiri biasanya merujuk kepada nilai-nilai, norma, dan perilaku yang diterapkan pada sebuah perusahaan. Budaya kerja juga dapat mempengaruhi cara berfikir, berinteraksi, dan bertindak. Seperti budaya kerja yang diterapkan oleh depo medan, dimana struktur kerja antara kantor pusat/Head Office dan Depo medan yang sangat berbeda. Budaya kerja ini dapat dilihat dari waktu kinerja. Waktu yang biasanya di terapkan oleh Unilever pusat atau Head Office adalah 8 jam kerja dengan 5 hari kerja, sedangkan Depo medan 7 jam kerja dengan 6 hari kerja. Selain itu sistem budaya kerja yang sangat berbeda terjadi pada masa pandemi dimana terjadinya Perubahan yang signifikat antara Head Office dan Depo medan. Selama berlangsungnya pandemi berlaku sistem kerja baru yaitu hybrid. Dimana pada sistem ini cara kerja di depo medan lebih flexible dengan memperbolehkan para karyawan Work from Home atau Work From Office asalkan sudah mendapatkan izin terlebih dahulu dari line manager. Sedangkan di Head Office para karyawan diberikan fasilitas shuttle dimana fasilitas ini berfungsi untuk antar jemput para karyawan ke tempat yang telah di tentukan untuk bekerja.

#### **5. Divisi Dalam Produk Perusahaan**

Hingga sekarang, Unilever sudah memproduksi dan menjual lebih dari 38 produk. Dalam hal pemasaran produk, perusahaan dibagi menjadi tiga divisi yang

masing-masing memproduksi produknya dan bertanggung jawab untuk memasarkannya. Departemen-departemen tersebut adalah :

a. Bagian bisnis makanan

Mulai tahun 1937, perusahaan mulai memproduksi margarin dengan merek Blue Band dan memutuskan untuk menjadikannya sebagai produk margarin nomor satu. Sejak saat itu merek tersebut menjadi awal dari usaha perusahaan untuk memproduksi makanan. Jenis makanan lainnya termasuk Reyco, wall's, Tara Nasiku, Sari Wangi, Lipton, Lee Tea dan banyak lagi.

b. Divisi sabun cair dan padat (Detergen)

Sampai sekarang, detergent adalah produk terbesar perusahaan, telah menunjukkan angka penjualan yang menakutkan. Divisi Detergent meningkatkan penjualan pada tahun 1970-an dan sampai saat ini, Rinso adalah sabun pencuci pertama di Indonesia yang menggunakan bahan NSD (Non Stop Detergent) nomor satu di pasar. Produk lain yang diproduksi divisi ini termasuk Sunlight, Surf, Vim, Lifeboy, Wipol, Superpol, Vixal, dan banyak lagi.

c. Divisi Kecantikan (Personal Produk)

Bisnis di segmen produk personal dimulai dengan mengakuisisi pabrik Dralle di Kolili Surabaya yang hanya memproduksi pasta gigi merek Pepsodent, dan tertarik untuk memperluas bisnisnya dengan memproduksi produk yang diimpor dari Inggris. Setelah tahun 1977, daya beli masyarakat meningkat. Perusahaan melihat bahwa produk yang dipertimbangkan saat itu masih merupakan produk semi mewah, seperti produk kecantikan dan shampo yang terjangkau oleh masyarakat. Sejak itu, perusahaan telah memperkenalkan produk kosmetik lainnya dan dibagi menjadi tiga segmen, yaitu: segmen Gigi, serta produk Pepsodent dan Close Up b. Sub Divisi Rambut yang produknya antara lain Sunsilk, Clear, Pond's, Dimension dan Briks c. Divisi kulit, dan produknya Axe, Citra, pond's, Vaseline, Vinolia, Impulse (Susilawati, 2014)

## **B. Profil Narasumber**

Dalam mendapatkan data atau hasil pada penelitian kualitatif maka peneliti membutuhkan narasumber yang merasakan langsung dan tau bagaimana sistem atau struktur yang ada di dalam depo medan. Beberapa narasumber yang peneliti pilih merupakan karyawan

atau bagian dari depo medan itu sendiri yang tentunya sudah cukup lama merasakan bekerja di lingkungan tersebut yang tentunya berkaitan dengan kegiatan employee relations depo medan. Berikut merupakan beberapa narasumber dari penelitian penulis yang meliputi :

### **1. Dian Wijastuti**

Mba Dian Wijastuti merupakan salah satu narasumber penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mba Dian Wijastuti menjabat sebagai Assisten Area Sales Manager depo medan. Beliau sudah menjadi karyawan di depo medan sejak tahun 2017, sehingga beliau sudah bekerja di depo medan kurang lebih sudah lima tahun.



**Gambar 2.2 Wawancara dengan Narasumber Assisten Area Sales Manager Depo Medan**

### **2. Fahmi Dwiputra**

Mas Fahmi Dwiputra merupakan salah satu narasumber penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mas Fahmi Dwiputra menjabat sebagai Assisten Area Sales Manager depo medan. Beliau sudah menjadi karyawan di depo medan sejak tahun 2015, sehingga beliau sudah bekerja di depo medan kurang lebih sudah tujuh tahun.

### **3. Endang Kartika Sari**

Ibu Endang Kartika Sari merupakan salah satu narasumber penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ibu Endang Kartika Sari menjabat sebagai CD Operational Supervisor depo medan. Beliau sudah menjadi karyawan di depo medan sejak tahun 2013, sehingga beliau sudah bekerja di depo medan kurang lebih sudah sepuluh tahun.



**Gambar 2.3 Wawancara dengan Narasumber CD Operational Supervisor**

## BAB III

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan beberapa temuan penelitian terkait dengan Employee Relations PT. Unilever cabang medan serta pembahasan secara lebih spesifik yang di dapat dari objek penelitian. Peneliti telah menyusun data-data dari hasil temuan penelitian melalui wawancara yang didukung dari observasi dan dokumentasi dilapangan.

Unilever merupakan perusahaan Multinasional, yang memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia maupun manca negara, salah satu nya ada di Medan. Sebagai upaya ke suksesan *business* unilever diperlukan kerjasama yang solid antara perusahaan dan karyawan salah satu nya ada selalu menjaga *safety first &* kesejahteraan karyawan. Didalam sebuah perusahaan karyawan adalah aset yang sangat berharga dalam keberlangsungan sebuah perusahaan. Dalam menjaga kesejahteraan para karyawan tentunya hubungan pihak manajemen dan karyawan harus berjalan dengan baik, hal ini sangat disadari oleh pihak manajemen PT. Unilever Indonesia, dimana dengan dibuatnya sebuah program kegiatan Employee Relations seperti Medical Check Up, Joint Defencive Drive, Dan Mari Kita Bicara. Yang mana program-program ini dibuat karena melihat kondisi yang terjadi di dalam lingkungan kerja itu sendiri terutama pada PT.Unilever Indonesia.

Berbeda dengan Head Office, Manajemen Unilever Depo Medan justru Menambahkan program kegiatan Employee Relations yang sebelum nya tidak ada. Program kegiatan tersebut adalah Sharing Of Joy dan Warung Curhat Bu Surti. program kegiatan tersebut dibuat untuk mengapresiasi kinerja karyawan dan wadah untuk berkeluh kesah. yang dimana Depo Medan sendiri adalah salah satu kantor cabang Unilever di indonesia yang memberikan omset penjualan terbesar. Dengan adanya hal tersebut otomatis target pencapaian para karyawan berbeda dengan kantor cabang yang lainnya. Tidak hanya itu dengan adanya pandemi Covid 19, berubahnya sistem kerja menjadi WFH, dan kurangnya interaksi membuat Pressure yang di alami para karyawan makin bertambah. Maka dari itu dengan menambahkan dua program kegiatan tersebut harapannya agar pihak menejemen dapat merangkul para karyawan dalam mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. perusahaan memberikan beberapa bentuk kepedulian nya antara lain sebagai berikut.

**Tabel 3.1**

**Program Kegiatan Employee Relations pada Depo Medan**

No	Kataegori Program	Kegiatan Employee Relations
1.	Sharing of Joy	Refreshing dan outbond bersama untuk para karyawan
2.	<i>Joint Defencive Drive</i>	Edukasi untuk safety para karyawan
3.	Medical Check Up	Kegiatan yang dilakukan untuk menjaga kesehatan para karyawan
4.	Mari Kita Bicara	Sharing dengan narasumber dengan tema terupdate
5.	Warung Curhat Bu Surti	Didalam maupun diluar kantor

Tabel di atas adalah beberapa program kegiatan Employee Relations yang di terapkan di PT. Unilever Indonesia cabang medan yang bertujuan menerapkan Employee Relations kepada para karyawannya. Pelaksanaa program kegiatan Employee Relations yang telah dipaparkan pada tabel di atas dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut :

**1. Sharing Of Joy (SOJ)**

Program kegiatan Employee Relations yang pertama ada Sharing Of Joy yaitu sebuah kegiatan yang mana selalu di berikan dan di adakan untuk semua karyawan setiap tahunnya dalam rangka sebagai apresiasi pencapaian target untuk para karyawan. Kegiatan sharing of joy pada tahun lalu di adakan di T Garden Little Bali in medan pada tanggal 22 Desember 2022. pada kegiatan ini peserta yang ikut dalam program Sharing Of Joy biasanya berjumlah kurang lebih 50 orang, yang terdiri dari para karyawan, para atasan, dan para keluarga.

Kegiatan ini adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mempererat hubungan antara karyawan, meningkatkan kemampuan teamwork, dan membangun kepercayaan diri. Dalam konteks perusahaan, kegiatan yang dibuat oleh perusahaan dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan budaya kerja yang sehat dan produktif. Dengan adanya kegiatan Sharing Of Joy diharapkan dapat sejenak untuk

merefresh diri para karyawan. Dalam program Sharing Of Joy biasanya kegiatan yang dilakukan berupa:

- a. Outbond bersama
- b. Panahan
- c. Makan bersama
- d. Sharing pencapaian
- e. Family gethering
- f. Berbincang santai.

Dengan adanya kepedulian dan perhatian penuh dari perusahaan karyawan akan merasa lebih dihargai keberadaannya dan dijaga oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja dalam bekerja, dimana dengan adanya rasa saling menghargai maka terbangunnya hubungan baik perusahaan dengan karyawan. Berikut contoh kegiatan Sharing Of Joy yang diterapkan di Depo Medan:



**Gambar 3.1 Contoh Kegiatan Outbond Sharing Of Joy**

Pada gambar diatas terlihat para karyawan sedang mengikuti kegiatan outbond yang diberikan oleh perusahaan Dimana kegiatan ini melibatkan berbagai jenis permainan dan aktivitas yang memicu para karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama dan dapat membantu memperkuat kerjasama antar karyawan yang tentunya memperbaiki hubungan antar tim. dalam kegiatan ini karyawan juga mendapat kesempatan untuk memimpin dan mengambil keputusan dalam situasi yang berbeda-beda. Sehingga dapat membantu mengembangkan kemampuan Leadership dan meningkatkan rasa percaya diri.



**Gambar 3.2 Kegiatan Family Gathering**

Dari gambar di atas dapat dilihat fenomena kegiatan Family Gathering yang terjadi di Depo Medan menggambarkan bahwa perusahaan sangat terbuka terhadap para karyawannya, sehingga dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan karyawan. Selain itu para keluarga dapat saling mengenal satu sama lain, serta meningkatkan kebersamaan dan saling mengenal. Kegiatan ini juga menjadi momen yang baik untuk saling bertukar cerita, berbagi pengalaman dan informasi.



**Gambar 3.3 Kegiatan Sharing Pencapaian Bulanan**

Dari gambar di atas dapat dilihat fenomena kegiatan sharing hasil pencapaian bulanan yang dibuat oleh Depo Medan menggambarkan teori hubungan manusia atau sering disebut dengan *Human Relations* yang mendefinisikan bahwa perhatian kepada orang-orang dapat mengubah sikap dan perilaku mereka serta bisa meningkatkan

produktivitas apabila para karyawan diberikan kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya.

Seperti pada pernyataan terkait *Sharing Of Joy* pada Depo Medan.

“*Sharing Of Joy* merupakan ajang berkumpul dan saling kenal satu sama lain masing masing keluarga karyawan saling berbagi informasi, misal nya tentang tumbuh kembang nya anak, Pendidikan, pengalaman dan aktivitas bapak ibu pasangan yg suami atau istri merupakan karyawan unilever. Kegiatan ini juga menjadikan motivasi dalam kinerja agar bisa ngrefresh bersama keluarga besar unilever, bersama bergotong royong utk mencapai satu tujuan, menjadikan sebagai ajang silaturahmi antar keluarga dan anak-anak” (Hasil wawancara Endang Kartika Sari, CD Oprational Supervisor, 21 februari 2023).

Berdasarkan data wawancara mengenai program kegiatan *Sharing Of Joy*, menjelaskan bahwa dengan adanya kegiatan *Sharing Of Joy*, diharapkan hubungan antara karyawan dan keluarga dapat berjalan dengan baik, sehingga karyawan dapat dengan bebas mengembangkan potensinya. Ini akan meningkatkan kepuasan kerja dan mengarahkan mereka untuk aktualisasi diri, yang pada akhirnya akan meningkatkan motivasi bekerja, dan juga akan sangat berdampak pada peningkatan produksi organisasi.

## **2. Joint Defencive Drive (JDDC)**

Program Employee Relations selanjutnya adalah Joint Defencive Drive. Yaitu sebuah program sefty bagi karyawan yang mana didalam sebuah perusahaan sangat penting dalam memastikan bahwa para pegawai bekerja dalam lingkungan yang aman dan sehat. Kegiatan Joint Defencive Drive yang mana selalu di berikan dan di adakan untuk semua karyawan setiap tahunnya paling sedikit satu tahun ada 4 kali pertemuan.

Kegiatan Joint Defencive Drive adalah salah satu syarat untuk para karyawan bisa menggunakan kendaraan operational agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan pada saat bertugas. Pada program kegiatan Joint Defencive Drive setiap karyawan wajib mengikuti traning defencive drive demi menjamin itu semua. Kegiatan Joint Defencive Drive tidak dapat ditentukan tempat, waktu, dan kuota nya. Kegiatan ini terakhir kali dihadiri para karyawan, *Karyawan field, manager & Driver managery*

yang berjumlah 15-30 peserta dan dilaksanakan di Bali tepatnya di Ubud pada tanggal 19 Mei 2023. Kegiatan yang dilakukan pada program ini seperti:

- a. Teori tata cara mengemudi yang baik
- b. Etika dalam mengemudi
- c. Simulasi mengemudi yang baik
- d. Tata cara pertolongan pertama
- e. Simulasi menghadapi bencana alam

Depo Medan tidak hanya mempekerjakan atau melepas para karyawan begitu saja, tapi para karyawan juga dibekali bagaimana cara mengemudi yg baik dan benar, keselamatan ketika terjadi bencana alam di lingkungan kantor dan kesehatan kerja, dll (*safety first*) seperti motto yang ada di Depo Medan. Untuk mengikuti defensive drive juga ada syarat dan ketentuannya contoh nya new joiner, driver new join, Sekretaris dan biasa masa berlaku training defensive drive selama 3 tahun, setelah itu akan ada Namanya refreshmen untuk semua seat tersebut.

**First Aid & Defensive Driving Training**  
PT. Unilever Indonesia Tbk  
Ged. Unilever  
Green Office Park Kav 3  
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang

---

**JOINING INSTRUCTIONS**

**TANGGAL PELATIHAN**  
Pelatihan "First Aid & Defensive Driving Training" (Refreshment) dilaksanakan pada tanggal **17 Des 2022**.

**TEMPAT PELATIHAN**  
PT. Unilever Indonesia Tbk  
Ged. Unilever  
Green Office Park Kav 3  
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang

**TRANSPORTASI:**

- Peserta dari Jabodetabek langsung datang ke lokasi training 30 menit sebelum acara dimulai.
- Peserta dari luar kota sudah dibooking kamar di Hotel Santika Teras Kota BSD, Check in 15 Des dan Check out 18 Des 2022.

Untuk transportasi dari Hotel Santika Teras Kota ke Ged. Unilever, pick up and drop off (Santika – Ged. Unilever - Santika) akan di fasilitasi dari Hotel Santika, dengan detail sbb:

Kendaraan akan berangkat dari Hotel Santika Pkl. 07.30 WIB dan akan di jemput kembali pkl. 17.00 WIB di Ged. Unilever. Oleh karena itu kepada para peserta agar berkumpul di lobby Hotel Santika on time yaitu pkl. 07.30 WIB karena training akan dimulai pkl. 08.00 WIB.

**Demografi & Kontak Peserta**

Khusus peserta dari luar kota kami sediakan makan malam di Hotel Santika selama 2 hari yaitu tanggal 16 – 17 Des. 2022

Panitia tidak menyediakan obat-obatan, untuk itu kami sarankan peserta membawa obat-obatan pribadi.

**Gambar 3.4 Contoh Kegiatan Joint Defensive Drive**

Gambar di atas merupakan invitation untuk para karyawan yang akan diberikan penyuluhan tentang apa dan bagaimana yang harus mereka lakukan ketika terjadi bencana alam di lingkungan kantor.



**Gambar 3.5 Kegiatan Joint Defencive Drive**

Gambar diatas menjelaskan kegiatan Joint Defencive Drive yang telah dilaksanakan pada tanggal 19 mei dengan mengundang narasumber yang ahli pada bidangnya masing-masing.

Seperti pada pernyataan terkait Joint Defencive Drive:

“kita ngerasa walaupun kita ditaro diluar kota atau apa gitu yaa, kita merasa aman aja gitu karna Unilever sebelum meletakkan kita di kota-kota, dia sudah cari tau nih safety brief nya itu kayak gimana. Kayak ditempat itu rumah sakitnya gimana, dia selalu punya cara lah buat kita nyaman dengan segala fasilitasnya dia” (Hasil wawancara Dian Wijastuti, asisten area sales manager depo medan pada tanggal 25 Desember 2022)

Berdasarkan data wawancara mengenai program Joint Defencive Drive yang menjelaskan bahwa dengan adanya program kegiatan ini sangat dapat membantu para karyawan terkhususnya dalam segi keselamatan dan safety ketika berada dalam lingkungan kerja maupun pada saat bertugas di lapangan. Selain itu hal ini diperkuat dengan dengan hasil wawancara Endang Kartika Sari Selaku CD Oprational Supervisor Depo Medan mengatakan bahwa :

“sejauh ini sepengalaman saya, perusahaan itu sudah sangat membangun komunikasi yang baik kepada kita para karyawannya. Soalnya perusahaan itu selalu berusaha agar membuat karyawan nyaman, safety kita sebagai karyawan

selalu diawasi, trus perusahaan juga peduli dengan keadaan setiap perkembangan dan dampak dari lingkungan yg selalu fultuative/ berubahh” (Hasil wawancara Edang Kartika Sari, CD Oprational Supervisor Depo Medan pada tanggal 21 februari 2023)

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa Depo Medan sangat mengedepankan keselamatan dan kesehatan para karyawannya. Melalui program ini perusahaan dapat mengurangi resiko kecelakaan kerja pada saat bekerja. Dengan adanya program ini dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan karena para karyawan merasa aman dan nyaman dalam lingkungan tempat mereka bekerja yang membuat para karyawan cenderung lebih fokus dalam pekerjaan nya.

### **3. Medical Check Up**

Program Employee Relations selanjutnya adalah *Medical check up*, yaitu salah satu program yang dilakukan depo medan dalam rangka untuk memastikan kesehatan dan kesejahteraan para karyawannya. Kegiatan Medical Check Up adalah salah satu program wajib yang harus diikuti oleh para karyawan yang dilakukan setahun sekali di setiap akhir tahun. Kegiatan ini sama seperti kegiatan Medical Check Up pada umumnya yang melibatkan pemeriksaan fisik, tes laboratorium, dan evaluasi medis yang dilakukan oleh tenaga medis terlatih seperti dokter atau perawat. Pada pemeriksaan fisik meliputi:

- a. Pengukuran berat badan
- b. Tinggi badan
- c. Tekanan darah
- d. Detak jantung
- e. Pemeriksaan sistem organ tubuh lainnya

Sedangkan pada tes laboratorium meliputi:

- a. Pemeriksaan darah
- b. Urin
- c. Tinja
- d. Tes fungsi organ tubuh lainnya

Program kegiatan Medical Check Up yang dibuat oleh Depo Medan juga bekerja sama dengan rumah sakit terbaik di kota medan seperti RS.Siloam Medan,

kegiatan Medical Check Up terakhir yang dilakukan oleh depo medan pada tanggal 22 oktober 2022 di RS. Siloam.

Dengan adanya program Medical Check Up secara teratur, dapat membantu para karyawan untuk memantau kondisi kesehatan dan informasi yang berguna untuk menjaga kesehatan mereka. Program Employee Relations ini juga sebagai sarana untuk para karyawan dalam memahami cara hidup sehat. Program ini sangat penting bagi karyawan yang memiliki riwayat penyakit tertentu, dengan adanya program Medical Check Up ini juga dapat membantu para karyawan dalam mengidentifikasi masalah kesehatan sejak dini sehingga pengobatan dapat dimulai lebih awal dan hasilnya lebih baik.

Seperti pada Pernyataan terkait Medical Check Up:

“...aku ngerasa sangat merasa banget ketika pandemi itu perusahaan sangat aware banget sama kita, sangat perhatian banget sama kita. Nah kebetulan aku kena covid waktu itu. Itu bener-bener kita di cover loh. Kita kemarin pernah kena covid sakeluarga bahkan dulu tes PCR masih mahal banget yaa, itu bener-bener free PCR setiap minggu nya. Yang waktu itu harganya masih 2 juta. Bahkan sama keluarga-keluarga juga dicover dan setiap hari tuh kami ada dokter yang call kami 24 jam, bahkan kita harus kasih laporan ke company bagaimana kondisi perhari itu, jadi justru ketika pandemi aku merasa perusahaan ku tuh salah satu perusahaan yang sangat. “aduhh baik banget sih dia”. dia ngasih kita vitamin, kasih masker, semua di distribusikan ke semua karyawan tanpa terkecuali. Even sampai sekarang kayaknya pendistribusian masker masih berjalan. Dia sangat aware bahkan dia ngebolehkan kita untuk bekerja dirumah aja dan trus memantau kami, sehingga dia menyiapkan kayak 24 jam dokter bahkan kalo kita perlu tindakan medis mereka akan siap bantu. Dan pelayanan rumah sakit yang kita dapet itu ga cuma yang biasa-biasa aja, tapi bener-bener yang tercover secara wah. Itu sih keren nyaa waktu jaman pandemi”

(Hasil wawancara Dian Wijastuti, asisten area sales manager depo medan pada tanggal 25 Desember 2022)

Berdasarkan data wawancara mengenai program Medical Check Up menjelaskan bahwa dengan adanya program kegiatan ini sangat dapat membantu para karyawan terkhususnya dalam segi keselamatan dan sefty ketika berada dalam lingkungan kerja maupun pada saat bertugas di lapangan. Selain itu para karyawan tidak perlu merasa cemas karena perusahaan mengcover seluruh kebutuhan medis yang dibutuhkan oleh karyawannya. Hal ini diperkuat dengan dengan hasil wawancara Endang Kartika Sari Selaku CD Oprational Supervisor Depo Medan mengatakan bahwa :

“Ya perusahaan memberikan sepenuhnya atas biaya pengobatan dari karyawan sampai anggota keluarga (anak dan istri/suami)” (Hasil wawancara Endang Kartika Sari, CD Oprational Supervisor Depo Medan pada tanggal 21 februari 2023)

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa Depo Medan memiliki tanggung jawab untuk memberikan fasilitas-fasilitas dan lingkungan kerja yang memadai bagi karyawan nya. Selain itu ini menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kesehatan dan kesejahteraan para karyawannya. Melalui program rutin yang dibuat Depo dapat membantu para karyawan selama melaksanakan kerja terutama bagi karyawan yang bertugas di lapangan dan dapat meningkatkan motivasi, kepuasan karja, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

#### **4. Mari Kita Bicara**

Program Employee berikutnya Mari Kita Bicara (MKTB) Unilever adalah salah program Employee Relations yang dibuat oleh Unilever Indonesia pada tahun 2014 sebagai upaya untuk mempromosikan dialog terbuka dan transparansi antara perusahaan dan karyawan. Mari kita bicara adalah salah satu betuk demokrasi keterbukaan perusahaan terhadap karyawan, yang mana cara ini selalu di adakan setiap satu bulan sekali sebagai narasumber President Direktur PT.Unilever Indonesia dan juga joint dengan narasumber lain nya yang berkompeten. Terakhir kali program ini berlangsung pada 23 juni 2023 dengan mengundang narasumber ahli yaitu Najwa Shihab yang bertemakan “Leading With Growth Minset” dimana kegiatan ini dilaksanakan secara Online. Program pertemuan rutin yang dilakukan oleh perusahaan di tingkat nasional ini juga membahas berbagai isu dan topik terkait kinerja perusahaan dan rencana untuk

periode yang akan datang, ada beberapa kegiatan yang dilakukan selama acara ini berlangsung seperti:

- 1) Informasi terupdate
- 2) Sharing kendala di cabang masing-masing
- 3) Sharing mengenai kantor cabang masing-masing



**Gambar 3.6 Contoh Kegiatan Mari Kita Bicara**

Pada gambar di atas merupakan invitation kepada seluruh cabang unilever yang ada di indonesia. Dengan melakukan meeting bulanan nasional secara rutin, perusahaan dapat memastikan bahwa seluruh karyawan dan manajemen di seluruh wilayah nasional memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan perusahaan, serta tercipta keselarasan dalam pencapaian tujuan tersebut.

Seperti pada Pernyataan terkait Mari Kita Bicara:

“Program mari kita bicara sangat membantu karena kita dapat update informasi dari VP Directur dan bisa Q&A secara langsung dengan narasumbernya”

(Hasil wawancara Endang Kartika Sari, CD Oprational Supervisor Depo Medan pada tanggal 21 februari 2023)

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahawa program mari kita bicara tidak hanya sebuah program rutin yang hanya mengundang narasumber biasa, tetapi dapat membuat pemikiran para karyawan semakin terbuka dengan perubahan-perubahan yang sangat pesat terjadi, para karyawan dapat melihat bagaimana cara dalam menghadapi masalah-masalah dengan tujuan yang sama, dan juga para karyawan dapat berinteraksi langsung dengan kantor-kantor cabang yang ada di seluruh indonesia.

## 5. Warung Curhat Bu Surti

Program Employee yang terakhir adalah Warung Curhat Ibu Surti yang mana program ini sebagai wadah dimana karyawan bisa mengungkapkan masalah baik itu masalah Pribadi atau secara universal guna memberikan kenyamanan untuk karyawan itu sendiri. Program Warung Curhat Bu Surti dirancang untuk memberikan dukungan emosional dan psikologis kepada karyawan dalam lingkungan kerja. Program ini sendiri mulai ramai dimanfaatkan oleh para karyawan ketika masa pandemi, dimana para karyawan sangat merasakan dampak dari Covid-19. Program ini dapat membantu karyawan mengatasi stres, kecemasan, dan masalah pribadi yang dapat mempengaruhi kinerja mereka di tempat kerja.

Seperti pada pernyataan terkait Warung Curhat Bu Surti:

“.... kalo ini lebih ke heart to heart sih akhirnya kalo masalah kerjaan. Mau masalah kerjaan atau masalah pribadi gitu yaa, manager kita akan selalu di handle. Maksudnya ketika kita ada masalah ya kita di ajak ngobrol dulu, ketika itu berhubungan dengan hukum. Unilever sebenarnya juga ada lagel nya gitu, ada khusus bagian itu yang bisa ngebantu kita kapan pun ketika kita menghadapi masalah di lapangan. Kayak tiba-tiba kita di tuntutan nih padahal kita ga salah tapi kita dituntut, itukan jadi masalah kita dan Unilever itu ada tim legal yang ngebantuin itu gitu. Sangat-sangat ngebantu banget sih”

(Hasil wawancara Dian Wijastuti, asisten area sales manager depo medan pada tanggal 25 Desember 2022)

Dari pernyataan ini menjelaskan bahwa adanya komunikasi dua arah yang baik antara pihak perusahaan dengan karyawannya. Para karyawan dapat mengekspresikan perasaan, masalah, atau stres yang sedang mereka alami di tempat kerja. Program Warung Curhat Bu Surti sendiri juga dapat membangun rasa kepercayaan karyawan dengan perusahaan dan menambah loyalitas para karyawan.

Selain itu hal ini diperkuat dengan dengan hasil wawancara Endang Kartika Sari Selaku CD Operational Supervisor Depo Medan :

“ Salah satu program yg positif untuk semua karyawan agar karyawan dalam bekerja lebih nyaman dan relexs tanpa ada intimidasi atau tekanan di sana sini”

(Hasil wawancara Endang Kartika Sari, CD Oprational Supervisor depo medan tanggal 21 februari 2023)

Dari hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa Depo Medan program Warung Curhat Bu Surti sangat membantu para karyawan dalam meningkatkan kesejahteraan mental, meningkatkan produktivitas dan kinerja di tempat kerja, serta meningkatkan kenyamanan para karyawan. Dengan adanya program ini, karyawan merasa didukung dan dihargai oleh perusahaan mereka, sehingga dapat memperkuat ikatan antara karyawan dan perusahaan.



**Gambar 3.7 Kegiatan Evaluasi**

Dari gambar di atas dapat dilihat program kegiatan evaluasi hasil yang terjadi di Depo Medan menggambarkan atasan memberikan feedback mengenai kinerja karyawan secara langsung. Program ini memberikan kesempatan bagi karyawan untuk memperbaiki kelemahan mereka dan memperbaiki kinerja mereka secara keseluruhan. Program Employee ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat peduli terhadap perkembangan para karyawan dan sangat memperhatikan para karyawan. Oleh karena itu, Program kegiatan yang dilaksanakan diharapkan mampu membuat hubungan karyawan dengan atasan dapat berjalan dengan baik sehingga nantinya para karyawan dapat leluasa mengeksperisakan kreativitasnya.

## **B. Pembahasan Penelitian**

### **1. Peran Employee Relations**

Komunikasi yang efektif dan harmonis antara karyawan adalah salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah organisasi. Memiliki hubungan yang baik antara karyawan dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat, meningkatkan produktivitas,

mengurangi konflik, dan mempromosikan kepuasan kerja. Inilah mengapa peran employee relations menjadi sangat penting dalam membangun komunikasi yang baik antara karyawan.

Hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawan sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Employee Relations sendiri mempunyai peran utama dalam membangun dan memelihara hubungan yang positif antara perusahaan dan karyawan. Employee Relations dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manajemen untuk menjalin hubungan kerja yang baik dengan karyawan. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif, memastikan keadilan dalam perlakuan, dan menyelesaikan masalah atau konflik yang mungkin timbul di lingkungan kerja. Dalam konteks ini, peran employee relations adalah untuk bertindak sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan, serta memfasilitasi komunikasi yang efektif di antara mereka.

Menurut (Rousseau,2000). peran penting employee relations dalam membangun hubungan perusahaan dan karyawan. Menurutnya, employee relations yang efektif adalah tentang menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Hal ini melibatkan transparansi, komunikasi yang terbuka, dan proses yang adil dalam menangani masalah atau konflik. Rousseau juga menekankan pentingnya employee relations dalam menyediakan saluran komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan. Menurutnya, employee relations yang baik menciptakan kesempatan bagi karyawan untuk menyampaikan masukan, saran, atau keluhan mereka. Dengan mendengarkan dengan seksama dan merespons dengan baik, employee relations dapat membangun kepercayaan, kepuasan, dan keterlibatan karyawan.

Selain itu, menurut (Kahn,1990), Employee Relations yang kuat membutuhkan keberanian untuk mendengarkan dan merespons dengan jujur dan terbuka. Ini melibatkan membangun hubungan yang didasarkan pada saling percaya, penghormatan, dan kolaborasi, yang pada gilirannya mendorong komunikasi yang produktif dan solutif. Kahn juga menyoroti pentingnya employee relations dalam menciptakan iklim kerja yang memungkinkan karyawan untuk berkontribusi secara penuh. Employee relations yang efektif memberi karyawan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap

organisasi. Ini mencakup memberikan kesempatan untuk partisipasi dalam pengambilan keputusan, melibatkan karyawan dalam perencanaan dan implementasi kebijakan, serta memberikan umpan balik yang konstruktif.

Demikian pula menurut (David Guest,1994). Employee Relations yang baik mencakup sejumlah praktik yang mendukung karyawan dalam mencapai tujuan organisasi. Ini termasuk memastikan keadilan dalam perlakuan, mendukung keseimbangan kehidupan kerja, memberikan pengakuan dan penghargaan, serta menyediakan peluang pengembangan karir. Guest juga menekankan bahwa employee relations yang efektif menciptakan hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan karyawan. Hal ini menjelaskan bahwa ketika karyawan merasa dihargai dan diberdayakan dalam pekerjaan mereka, sementara perusahaan akan mendapatkan dedikasi dan komitmen yang tinggi dari para karyawannya.

Employee Relations memainkan peran krusial dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawan. Dalam perspektif ahli seperti (Denise Rousseau,2000) (William Kahn,1990) dan (David Guest,1994) employee relations yang efektif melibatkan komunikasi yang terbuka, penyelesaian konflik yang adil, kepercayaan yang diperoleh melalui kesetaraan dan kolaborasi, serta dukungan terhadap pengembangan karyawan.

Dengan menerapkan praktik employee relations yang baik, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, di mana karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Hal ini akan membangun kepercayaan, meningkatkan keterlibatan karyawan, dan memperkuat hubungan kerja yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu, perusahaan yang memahami dan menghargai peran employee relations akan mendapatkan manfaat jangka panjang dalam bentuk karyawan yang terlibat, loyal, dan berkontribusi secara maksimal terhadap kesuksesan perusahaan.

Dengan demikian, dapat dikatakan Employee relations merujuk pada bidang manajemen yang berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dan karyawannya. Tujuan employee relations adalah menciptakan dan memelihara lingkungan kerja yang harmonis, di mana karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Employee relations melibatkan serangkaian kegiatan dan yang bertujuan untuk meningkatkan

hubungan antara manajemen dan karyawan. Ini termasuk pengembangan kebijakan dan prosedur yang adil, penyelesaian konflik, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan perubahan organisasi. Dengan membangun employee relations yang kuat, perusahaan dapat memastikan kesejahteraan dan produktivitas karyawan, serta menciptakan budaya kerja yang positif.

Berikut beberapa peran Employee Relations dalam Komunikasi Perusahaan:

a. Memfasilitasi Komunikasi yang Efektif

Peran utama employee relations adalah memfasilitasi komunikasi yang efektif di seluruh perusahaan. Mereka bertindak sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan, menjembatani kesenjangan komunikasi, dan memastikan aliran informasi yang lancar. Employee relations bekerja sama dengan manajemen untuk menyampaikan pesan organisasi secara tepat dan memastikan pemahaman yang jelas oleh karyawan. Melalui praktik employee relations yang efektif, karyawan diberi kesempatan untuk berbagi masukan, saran, atau keluhan mereka. Ini mencakup mendengarkan dengan cermat, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan merespons secara tepat waktu. Employee relations juga berperan dalam menyampaikan kebijakan baru, perubahan organisasi, atau informasi penting lainnya kepada karyawan.

b. Penyelesaian Konflik

Konflik dalam lingkungan kerja dapat menjadi hambatan besar bagi komunikasi yang efektif. Employee relations memiliki peran penting dalam menangani dan menyelesaikan konflik yang mungkin timbul antara karyawan atau antara karyawan dan manajemen. Mereka bertindak sebagai mediator yang netral, mendengarkan semua pihak yang terlibat, dan membantu mencari solusi yang memuaskan semua pihak. Dengan adanya employee relations yang terlatih, konflik dapat diselesaikan dengan cara yang adil dan menghormati satu sama lain yang terlibat. Ini membantu membangun hubungan yang positif dan mencegah konflik berlarut-larut yang dapat merusak komunikasi dan kerjasama di tempat kerja.

c. Pengelolaan Perubahan

Perubahan adalah bagian tak terhindarkan dalam kehidupan perusahaan. Employee relations berperan penting dalam mengelola perubahan di tempat kerja dan meminimalkan dampak negatifnya pada komunikasi. Mereka berkomunikasi dengan karyawan tentang perubahan yang akan datang, menjelaskan alasan di balik perubahan tersebut, serta merespons pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin timbul. Dalam mengelola perubahan, employee relations memainkan peran penting dalam menciptakan iklim yang mendukung di mana karyawan merasa didengar dan terlibat. Ini melibatkan penyediaan platform untuk karyawan menyampaikan masukan mereka, memberikan pemahaman yang jelas tentang perubahan yang akan datang, dan mengatasi kekhawatiran yang mungkin timbul. Employee relations yang efektif dapat mengurangi ketidakpastian dan kecemasan yang sering muncul selama periode perubahan, dan dengan demikian mempertahankan komunikasi yang baik di antara karyawan.

d. Meningkatkan Kepuasan Kerja

Employee relations juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan melalui komunikasi yang terbuka dan konsisten. Melalui praktik employee relations yang efektif, karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Mereka diberi kesempatan untuk menyampaikan masukan mereka, memberikan umpan balik tentang kebijakan atau prosedur, dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi mereka. Dengan mendengarkan dengan seksama dan merespons secara positif, employee relations dapat membantu membangun rasa percaya dan kepuasan di antara karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan memiliki saluran komunikasi yang terbuka dengan manajemen cenderung lebih terlibat, termotivasi, dan bahagia dalam pekerjaan mereka.

e. Menyediakan Edukasi dan Pelatihan Komunikasi

Employee relations juga memiliki peran dalam menyediakan edukasi dan pelatihan komunikasi kepada karyawan. Mereka dapat mengadakan sesi pelatihan yang membantu karyawan mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif, baik secara verbal maupun tertulis. Pelatihan ini mencakup

keterampilan mendengarkan, memberikan umpan balik, negosiasi, dan resolusi konflik. Dengan memberikan pelatihan komunikasi kepada karyawan, employee relations membantu meningkatkan kemampuan komunikasi individu dan kolektif di perusahaan. Ini membawa manfaat jangka panjang dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan harmoni di tempat kerja. Sehingga perusahaan yang menghargai dan menginvestasikan waktu dan sumber daya dalam employee relations akan mendapatkan manfaat jangka panjang dalam bentuk hubungan kerja yang kuat, karyawan yang termotivasi, dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengakui peran krusial employee relations dalam membangun komunikasi perusahaan yang efektif dan berkelanjutan.

Peneliti menyimpulkan bahwa hubungan yang kuat antara karyawan dan perusahaan, penting untuk menghargai peran employee relations. Dalam employee relations yang efektif, karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Dengan komunikasi yang terbuka, penyelesaian konflik yang adil, dan dukungan terhadap kepuasan kerja, employee relations membangun fondasi yang kokoh untuk kerjasama, produktivitas, dan kesuksesan bersama antara karyawan dan perusahaan.

## **2. Implementasi Dalam Membangun Employee Relations**

Komunikasi antar karyawan di berbagai perusahaan merupakan sebuah usaha public relations dalam melakukan hubungan dengan publik diluar organisasi. Hal ini tentunya menjadi aspek penting bagi kesuksesan sebuah organisasi adalah karyawan, oleh sebab itu perusahaan melihat karyawan sebuah aset perusahaan yang sangat penting. Dengan begitu dapat terciptanya budaya organisasi yang dapat menarik serta mempertahankan karyawan untuk produktif dalam bekerja, praktik public relations ini disebut hubungan internal (Cutlip, Center, dan Broom, 2006 : 11).

Berdasarkan definisi diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa Depo Medan memandang para karyawan sebagai aset yang tidak berbentuk dimana aset tersebut tidak berbentuk fisik melainkan pengakuan dari perusahaan. Oleh sebab itu, hubungan internal dalam sebuah perusahaan sangat penting agar dapat membangun hubungan dua arah. Dengan adanya hubungan dua arah yaitu hubungan kebawah dan hubungani ke atas dalam menjalankan hubungan, kegiatan employee relations dapat

menjadi lebih mudah dalam menilai bagaimana seharusnya perusahaan mengambil sikap yang benar guna mencari masukan pada perencanaan kegiatan selanjutnya sehingga dapat diketahui apa yang menjadi kekurangan dan yang harus diperbaiki pada kegiatan atau program selanjutnya. Hal ini menandakan bahwa tujuan perusahaan tidak akan tercapai jika seluruh tim tidak bekerja sama dengan baik, karena setiap divisi yang ada dalam perusahaan memiliki keterikatan untuk mencapai sebuah tujuan. Depo Medan membangun hubungan komunikasi antar karyawan agar apa yang menjadi visi dan misi serta tujuan perusahaan dapat tercapai, salah satunya produktivitas kerja karyawan meningkat sehingga sesuatu yang dihasilkan juga ikut meningkat.

Dalam bentuk usaha mengelolah hubungan internal dengan karyawan yang merupakan sarana bersifat teknis dan praktis, public relations harus membangun komunikasi yang efektif melalui seseorang yang menjadi teladan oleh karyawan yaitu dimula dari pemimpin perusahaan. Membangun komitmen melaksanakan budaya yang ada pada perusahaan seperti yang telah disusun bersama oleh pemilik dan manajemen perusahaan, baik pada tingkat manajemen korporat maupun pada pelaksanaannya (Ruslan, 2020: 273)

Berdasarkan pada definisi diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa Depo Medan telah menerapkan point-point yang ada pada perusahaan seperti visi, misi, motto, budaya kerja, dan SOP yang dikemas secara menarik agar dapat diterima dengan mudah oleh para karyawan. Dalam proses penerapan nya, pihak Depo Medan selalu sharing dan evaluasi tentang program-program yang mereka buat kepada pihak Head Office, kemudian manajemen perusahaan memberikan sebuah media yaitu Umbrella yang merupakan suatu wadah/pedoman yang didalam nya terdapat nilai nilai integritas rasa hormat, tanggung jawab dan kepelaporan seperti pernyataan paling sederhana tentang karyawan. Nilai-nilai tersebut melandasi apapun yang dilakukan karyawan. Seperti kekerasan terhadap karyawan/pekerja, Tindakan COBP (Code etik Business of Partner), pelecehan terhadap karyawan, pelanggaran aturan kerjaan, perlingungan atas data perusahaan. Konflik kepentingan (karyawan tidak boleh mencari keuntungan untuk diri mereka sendiri atau orang lain melalui penyalahgunaan posisi mereka ) dan kepentingan lain nya yg merugikan karyawan dan perusahaan, dari semua hal yang ada di atas tersebut, jika ada yg melanggar dari salah satu kode etik

tersebut maka karyawan bisa melaporkan hal tersebut ke Umbrella melalui email secara personal dan akan langsung di proses oleh Head Office.

Selanjutnya masuk kepada pembahasan Employee Relations yang merupakan turunan dari Internal Public Relations. Menurut (Rousseau,2000) peran penting employee relations dalam membangun hubungan perusahaan dan karyawan. Menurutnya, employee relations yang efektif adalah tentang menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan karyawan merasa didengar, dihormati, dan dihargai. Hal ini melibatkan transparansi, komunikasi yang terbuka, dan proses yang adil dalam menangani masalah atau konflik. Rousseau juga menekankan pentingnya employee relations dalam menyediakan saluran komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan. Menurutnya, employee relations yang baik menciptakan kesempatan bagi karyawan untuk menyampaikan masukan, saran, atau keluhan mereka. Dengan mendengarkan dengan seksama dan merespons dengan baik, employee relations dapat membangun kepercayaan, kepuasan, dan keterlibatan karyawan.

Menurut Bonar, *Employee Relations* adalah hubungan yang secara khusus mengatur koneksi antara pihak manajemen perusahaan dan karyawan agar selalu dalam keadaan baik dan dalam kerangka sistem organisasi yang terpadu. (Bonar, 1973: 55). Menurut Rosady Ruslan, konsep *Employee Relations* adalah sarana teknis atau kegiatan komunikasi yang mampu mengelola sumber daya manusia untuk mencapai tujuan organisasi (Rosady Ruslan, 2004). *Employee Relations* tidak hanya dapat dilihat dalam sudut pandang yang sempit, seperti hubungan tenaga kerja yang hanya menitikberatkan pada faktor-faktor proses produksi, upah yang berhubungan dengan lingkungan kerja, pekerjaan, tetapi pihak luar dipengaruhi oleh komunikasi internal, hubungan dengan pihak lain, Manajemen karyawan atau perusahaan yang efektif dan hubungan karyawan (Ruslan, 2002:275)

Hubungan kepada karyawan juga menjadi sarana dalam membangun hubungan komunikasi yang efektif dengan contoh, komitmen bersama untuk menerapkan budaya perusahaan di tingkat manajemen dan eksekutif perusahaan. Menurut (Ruslan,2002) kegiatan Employee Relations dapat dilaksanakan dalam bentuk:

### **1. Program Pendidikan dan Pelatihan**

Kegiatan edukasi dan pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu usaha untuk menaikkan kinerja dan kreatifitas pegawai serta kualitas dan kuantitas pelayanan yang diberikan

## **2. Program Motivasi Kerja Berprestasi**

Kegiatan tersebut diharapkan mampu memadukan antara motivasi dan prestasi serta kedisiplinan karyawan, dengan harapan perusahaan dapat mencapai produktivitas yang tinggi.

## **3. Program Penghargaan**

Merupakan maksud perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada karyawan, termasuk mereka yang berkinerja baik dan memiliki masa kerja yang lama. Dalam hal ini, penghargaan membawa loyalitas kepada perusahaan.

## **4. Program Acara Khusus**

Ini adalah kegiatan khusus yang dirancang khusus di luar pekerjaan sehari-hari, seperti piknik dengan semua staf, tujuannya untuk menumbuhkan rasa keakraban antara rekan kerja dan pimpinan.

## **5. Program Media Komunikasi Internal**

Menetapkan media plan komunikasi internal dengan pengumuman, *Press Release* dan majalah perusahaan yang memuat pesan, informasi dan berita terkait karyawan atau event antara perusahaan dengan pimpinannya.

Berdasarkan definisi menurut Ruslan, perusahaan wajib membangun komunikasi yang efektif kepada para karyawannya dikarenakan komunikasi yang efektif dapat membuahkan hasil yang positif, khususnya para karyawan merasa diperhatikan oleh pihak manajemen. Dengan begitu timbul rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang lebih tinggi dan harapan akan prestasi kerja yang maksimal. Selain itu akan mengurangi situasi-situasi yang berdampak negatif terhadap manajemen perusahaan, seperti karyawan merasa bosan, jenuh, yang berujung pada rendahnya loyalitas dan produktivitas karyawan terhadap perusahaan. Menurut Cutlip, Center dan Broom yang mengatakan bahwa menyeimbangkan kepuasan karyawan merupakan sebuah aspek penyesuaian dan pemulihan yang terus dilakukan dalam hubungan karyawan dengan atasan. tujuan hubungan internal yaitu untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang bermanfaat antara perusahaan dengan karyawan,

yang mana kesuksesan atau kegagalan kembali lagi kepada karyawannya (Cutlip,Center dan Broom, 2016).

Hal ini seperti yang diterapkan oleh Depo Medan, peneliti melihat bahwa keterbukaan kepada para karyawan yang diberikan melalui media komunikasi internal seperti Umbrella dan program kegiatan Employee Relations. Dimana dalam media komunikasi internal ini para karyawan dapat memberikan pendapat, masukan-masukan dan kendala jika terjadi. Dengan adanya media ini pihak manajemen dapat mempertimbangkan program Employee Relations atau perbaikan kebijakan sehingga terciptanya hubungan dua arah yang bermanfaat. Peneliti menyimpulkan bahwa Depo Medan sangat berusaha semaksimal mungkin untuk membangun hubungan dua arah kepada para karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dengan para karyawan.

Kemudian pada penerapan tahapan-tahapan pembuatan program Employee Relations, Depo Medan melihat dari masalah-masalah yang ada dilapangan dimana Depo Medan menentukan skala prioritas yang memiliki berbagai faktor seperti faktor keamanan dan kebutuhan. Beberapa faktor ini dianggap sangat penting karena menyangkut kinerja karyawan saat dilapangan sehingga dapat memprioritaskan program yang dibutuhkan oleh karyawan terlebih dahulu. Kemudian pada penerapannya, Depo Medan memantau setiap program yang dibuat apakah berjalan dengan baik atau tidak. Pada tahap sharing pencapaian/evaluasi dapat diketahui apakah program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan berjalan berjalan dengan baik, atau perlu adanya perbaikan dan apakah program yang sudah ada dapat dipertahankan kedepannya. Depo Medan sangat terbuka atas kritik dan saran bagi para karyawannya, manajemen perusahaan memberi wadah kepada karyawan untuk menyampaikan masukan-masukan melalui Umbrella atau lewat warung curhat bu surti.

Peneliti menyimpulkan bahwa Depo Medan telah menerapkan sebagian besar program Employee Relations menurut Ruslan, sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Kategori Implementasi Program Menurut Ruslan**

<b>No</b>	<b>Kegiatan Program Employee Relations Menurut Ruslan</b>	<b>Kategori Program Depo Medan</b>	<b>Implementasi Kegiatan Employee Relations Depo Medan</b>
1.	Program Motivasi Kerja Berprestasi	Sharing Of Joy	<p>Program Sharing Of Joy telah diterapkan di Depo Medan, melalui beberapa kegiatan didalm nya seperti outbond, famly gathetring, dan sharing pencapaian. Seluruh kegiatan yang dilakukan telah dilaksanakan secara rutin. Dengan adanya program ini para karyawan dapat mengembangkan skill, bonding, dan rasa kekeluargaan yang erat. Peneliti menyimpulkan bahwa Depo Medan telah tepat untuk meningkatkan kinerja dan skill para karyawannya</p>
2.	Program Acara Khusus	Joint Defensive Drive	<p>Program Joint Defencive Drive telah diterapkan di Depo Medan, kegiatan yang dilakukan secara rutin ini lebih kepada pemberian materi menengani sefty dalam berkendara, cara menghadapi bencana alam</p>

			<p>seperti gempa atau banjir, dan juga cara menghadapi kecelakaan dilingkungan kerja seperti kebakaran. Selain itu dengan adanya program joint Defencive Drive ini diharapkan dapat membangun kenyamanan dalam bekerja, pengetahuan tentang pentingnya pertolongan pertama, dan menambah kehati-hatian para karyawan dalam bekerja. Program ini juga dapat menghadirkan rasa nyaman dan aman kepada karyawan dalam berkerja yang tentunya berdampak kepada kinerja para karyawan.</p>
3.	Program Pendidkan Dan Pelatihan	Medical Check Up	<p>Program Medical Check Up telah diterapkan di Depo Medan. Melalui program Medical Check Up. Peneliti menyimpulkan bahwa program Medical Check Up yang diterapkan di Depo Medan adalah sebuah bentuk perhatian perusahaan kepada para karyawannya. Dengan adanya program ini para karyawan merasa aman</p>

			dalam bekerja dan merasa dilindungi oleh perusahaan, selain itu para karyawan juga merasa perusahaan sangat aware terhadap mereka yang tentunya dapat meningkatkan loyalitas dan kinerja para karyawan terhadap perusahaan.
4.	Program Penghargaan	Mari Kita Bicara	Program Mari Kita Bicara telah diterapkan di Depo Medan. Melalui program Mari Kita Bicara peneliti mengambil kesimpulan bahwa langkah yang diambil oleh perusahaan sudah sangat tepat, program ini menjadi sarana untuk semua para karyawan dalam mengetahui perkembangan dan masalah yang ada pada perusahaannya, dengan adanya program ini perusahaan sudah sangat membangun komunikasi yang baik terhadap karyawannya agar tetap dapat saling terbuka dan menumbuhkan kepercayaan antara manajemen perusahaan dengan karyawan

5.	Program Media Komunikasi Internal	Warung Curhat Bu Surti	<p>Program Warung Curhat Bu Surti telah diterapkan di Depo Medan. Melalui program Warung Curhat Bu Surti peneliti mengambil kesimpulan bahwa media Warung Curhat Bu Surti sangat efektif dalam membangun komunikasi internal terhadap manajemen perusahaan dengan karyawan. Khususnya komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah. Para karyawan bisa dengan sangat bebas menceritakan permasalahan yang sedang di hadapi baik itu dengan pekerjaan atau pribadi. Proses komunikasi dua arah ini juga dapat memberi ruang kepada karyawan untuk berpendapat, memudahkan karyawan untuk terbuka, dan menjaga komunikasi antar karyawan. Dengan adanya komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas dalam menjalankan hubungan, kegiatan Employee Relations dapat menjadi lebih mudah dalam</p>
----	-----------------------------------	------------------------	--

			<p>menilai bagaimana seharusnya perusahaan mengambil sikap yang benar dalam menghadapi masalah-masalah yang ada di lingkungan kerja sehingga dapat diketahui apa yang menjadi kekurangan dan apa yang harus diperbaiki. Dengan begitu apa yang menjadi visi misi serta tujuan sebuah perusahaan dapat tercapai, salah satunya kenyamanan dan produktivitas kerja karyawan yang meningkat sehingga sesuatu yang dihasilkan juga ikut meningkat</p>
--	--	--	---

Simpulan dari tabel diatas secara keseluruhan Depo Medan sudah menerapkan program Employee Relations menurut Ruslan, dalam penerapannya semua program telah dijalankan dengan baik walaupun terkendala dengan adanya Covid 19. Tabel diatas merupakan kategori dan hasil dari kegiatan Employee Relations yang didapatkan peneliti saat mengumpulkan data. Dari hasil penelitian point-point program menurut Ruslan, dapat dikatakan Depo Medan berhasil dalam menerapkan Implementasi Employee Relations terhadap karyawan melalui program kegiatan yang dibuat oleh manajemen perusahaan, sehingga para karyawan merasa sangat diperhatikan dan dihargai oleh perusahaan, hal ini tentunya dapat meningkatkan loyalitas dan mentalitas yang baik bagi para karyawan.

Pada masa pandemi Covid 19, manajemen Depo Medan selalu memberikan fasilitas-fasilitas kepada karyawannya agar para karyawan merasa safety dan dapat

bertahan ditengah pandemi yang berdampak kepada kesehatan mereka. Para karyawan selalu diberikan fasilitas seperti Medical Check Up untuk dapat terus menjaga kesehatan tubuh mereka, dengan adanya fasilitas program Employee Relations harapannya para karyawan tetap dapat bekerja dengan baik dan efektif dimasa pandemi Covid 19 dengan produktivitas yang meningkat namun tetap terjaminnya kesehatan para karyawan. Hal ini dibuktikan pada saat masa pandemi Covid 19 Depo Medan tetap memiliki pemasukan yang stabil. Oleh sebab itu, para karyawan sangat memegang peran penting dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan, dengan kinerja para karyawan yang penuh semangat dan memiliki disiplin yang tinggi dalam bekerja. Hal ini dapat menjadi tolak ukur bagi sebuah perusahaan dalam tercapainya kenyamanan karyawan dalam bekerja, sehingga menghadirkan rasa kepedulian dan kekeluargaan pada saat bekerja di Depo Medan.

Peneliti menyimpulkan bahwa hasil penelitian yang telah diteliti sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh(Irawan, 2015), (Triyandari, 2020), (Rahmi et al., 2018), (Vaskalina, 2016), dan (Monika, 2018). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat konsep Employee Relations yang secara menyeluruh menjadi wadah bagi karyawan untuk membangun komunikasi secara dua arah serta meningkatkan keterampilan para karyawan, sehingga terbentuknya rasa nyaman dan aman oleh karyawan dalam bekerja.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, memaparkan keterbatasan penelitian, serta memberikan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul **“Implementasi Employee Relations PT. Unilever Cabang Medan”**, peneliti memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam berjalan nya aktivitas Employee Relations yaitu seperti memberikan program dan kebijakan kepada para karyawan yang tujuannya agar para karyawan merasa diperhatikan dan loyal dengan perusahaan. Kemudian manajemen perusahaan juga berperan dalam mendukung para karyawannya serta memberikan informasi dan data-data transparan kepada para karyawannya.
2. Untuk program Employee Relations yang dibuat untuk para karyawan pihak manajemen perusahaan memiliki lima perencanaan program yaitu meliputi program Sharing Of Joy, program Joint Defencive Drive, program Medical Check Up, program Mari Kita Bicara, dan program Warung Curhat Bu Surti. Program Employee Relations tersebut dibuat berdasarkan kebutuhan para karyawan yang apabila program tidak sesuai, para karyawan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan, sehingga terjalin nya hubungan dua arah atau timbal balik yang baik antara pihak manajemen dan para karyawan.
3. Proses penerapan Program Employee Relations kepada para karyawan dilakukan oleh pihak manajemen menyesuaikan dengan program kegiatan yang dibuat. Ada yang tiga bulan sekali, ada yang enam bulan sekali, dan ada juga yang setahun sekali. Setelah melaksanakan kegiatan pihak manajemen memberikan report ke Head Office.
4. Setelah melakukan beberapa kegiatan pihak manajemen perusahaan melakukan evaluasi yang dilakukan dengan membuka kritikan dan saran dari para karyawannya. Setelah

mendapatkan masukan pihak manajemen berkoordinasi dengan Head Office terkait solusi yang harus dibuat baik itu untuk jangka pendek dan jangka panjang.

Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa tolak ukur dari keberhasilan penerapan program yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan tidak lepas dari peran penting yang dimiliki oleh para karyawan. Dengan adanya kedisiplinan para karyawan seluruh program Employee Relations dapat terlaksana dengan baik, sehingga dapat terjalinnya rasa saling menguntungkan antara perusahaan dengan karyawan.

## **B. Keterbatasan**

Dalam penelitian ini peneliti menyadari memiliki keterbatasan berkaitan dengan penelitian maupun objek penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti kesulitan dalam menentukan waktu dan jadwal untuk bertemu dengan narasumber dikarenakan jadwal narasumber yang padat.
2. Penelitian dilakukan pada saat para karyawan melakukan sistem kerja work from home sehingga tidak adanya proses kegiatan di kantor Depo Medan
3. Peneliti menganggap dalam memaparkan hasil penelitian belum maksimal baik dari aspek pengumpulan data, analisis data maupun aspek penulisan penelitian.

## **C. Saran**

Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Depo Medan

Kedepannya, diharapkan agar tetap selalu memberikan atau menyajikan informasi data yang transparan agar para karyawan mengetahui setiap perkembangan yang ada di perusahaan, sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan penuh dari para karyawannya. Selain itu bagi pihak manajemen agar terus mempertahankan program kegiatan Employee Relations yang sudah ada, bahkan kalau bisa di tambah dengan kegiatan olahraga atau keagamaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran bagi penelitian yang mengambil topik yang sama agar dapat mengembangkan konsep terkait Employee Relations dan memperkaya teori agar dapat lebih mudah melakukan penelitian. Dengan begitu tidak akan kesulitan dalam

menguraikan hasil penelitian dan dapat memaparkan hasil penelitian lebih baik dari penelitian sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdurrahman, O. (1995). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Anggoro, L. (2002). *Teori dan Profesi Kehumasan*. PT. Bumi Aksara.
- Bonar. (1973a). *Hubungan Masyarakat Modern*. Soeroengan.
- Bonar. (1973b). *Hubungan Masyarakat Modern*. Soeroengan.
- Danandjaja. (2011). *Peran Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu.
- Ig, W. (2003). *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Andi Offset.
- Kusumantuti Frida. (2002). *Dasar-Dasar Humas*. Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2001). *Prinsip-Prinsip Dasar Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Rahmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. PT. Remaja Rosdakarya .
- Rumanti, M. A., & Evelina, L. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. PT. Grasindo.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* . PT. Raja Grafindo Persada.
- Widjaja. (2010). *Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Bumi Aksara.
- Yulianita, N. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. LPPM UNISBA.

### Jurnal Ilmiah

- Anggreani, S. (2017). *Pengaruh Kegiatan Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT PLN (Persero) Udiklat Tuntungan Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Irawan, P, E (2015). *Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan*.
- Maulana, S., & Afifi, S. (2021). *Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam Analysis of the Role and Function of Public Relations at Islamic Education Institutions (Vol. 1)*.

Monika, L. (2018). IMPLEMENTASI EMPLOYEE RELATIONS DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI PT PLN AREA PEKANBARU. *JOM FISIP*, 5.

Suwatno. (2018). *Pengaruh Public Relations Kontemporer*. PT. Remaja Rosdakarya Bandung.

Triyandari, P. (2020). Implementasi Employee Relations Pada Koperasi Pegawai Bank Indonesia

Mayasari, S., & Angguntiara, C. (2018). *Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi Publik Internal*. 9(1), 24–30.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Rahmi, F. N., Hafiar, H., & Subekti, P. (2018). STRATEGI EMPLOYEE RELATIONS MANAGEMENT DI PT. KEMFARM INDONESIA. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2.

Vaskalina, M. (2016). STRATEGI EMPLOYEE RELATIONS PT JASA MARGA (PERSERO) TBK CABANG SURABAYA GEMPOL DALAM MENINGKATKAN KOMUNIKASI KARYAWAN. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 4(1).

## LAMPIRAN

### **Transkrip wawancara dengan Mba Dian selaku Assisten Area Sales Manager, 25 Desember 2022**

Pewawancara : Halo kak selamat siang, perkenalkan saya qadri dari program studi ilmu komunikasi Universitas Islam Indonesia, dalam kesempatan ini qadri mau sedikit menanyakan hal yang berkaitan dengan strategi employee relations yang dilakukan oleh PT.Unilever cabang medan. Sebelumnya qadri izin untuk merekam yaa kak

Narasumber : okeiy

Pewawancara : jadi dalam kesempatan ini saya akan menanyakan 32 pertanyaan kepada kakak yang mana dari 32 pertanyaan tersebut dibagi menjadi 2 point, point pertama mengenai gambaran umum dari depo medan. Kemudian point kedua mengenai penerapan strategi employee relations yang dilakukan depo medan kepada karyawan nya, mungkin langsung aja ke pertanyaan point pertama.

Pewawancara : kenapa Unilever bisa berdiri di medan? Apa karna medan salah satu kota terbesar di indonesia?

Narasumber : iyaa sih, jadi perlu diketahui sebenarnya unilever terbagi dari sabang sampai marauke. Khusus sumatera sebenarnya medan itu sendiri menjadi point nya karna medan itu salah satu kota terbesar, sehingga market share nya itu banyak banget, jadi kenapa Unilever harus ada di medan? Yaa karna emang pasar nya banyak banget dan kita tuh pemegang omset paling gede untuk pulau sumatera dan kita tuh punya kontribusi paling besar.

Pewawancara : berarti depo medan sangat berpengaruh besar ya kak terhadap Unilever

Narasumber : sangat berpengaruh besar sih karna dia memiliki kontribusi terbesar terutama bagi indonesia juga

Pewawancara : kemudian kak kalau untuk jumlah kantor di depo medan sendiri ada berapa yaa?

Narasumber : kalau kantor sendiri cuma satu. Karna sebenarnya kalau dilihat orang kan banyak tuh titik titik, tapi sebenarnya itu cuma partner kerjanya Unilever.

Tapi kalau untuk Unilever nya sendiri, titiknya itu cuma satu yaitu depo medan

Pewawancara : kalau untuk divisi kak? Ada berapa divisi ya yang ada di depo medan?

Narasumber : kalau di divisi itu sebenarnya banyak ya, cuma kita dibagi menjadi tiga besar.

Yang pertama GT,MT,ICE CREAM, dan satu lagi UNILEVER FOOD SOLUTION. Empat lah kalo bisa dibilang

Pewawancara : trus kak siapa yang bertanggung jawab penuh dengan perkembangan depo medan?

Narasumber : seluruh penghuni nya, jadi tiga divisi tadi memegang pengaruh penting sih, depo medan berjalan baik atau engga tergantung tiga divisi ini semuanya ikut berkontribusi jadi ga hanya satu dua orang tapi semuanya

Pewawancara : trus kak apakah depo medan memiliki tagline dan visi misi kak?

Narasumber : kalo visi misi itu sebenarnya sama kayak Unilever Indonesia, mungkin kalo qadri pernah baca di link nya Unilever kita tuh punya visi menjadi pemimpin di pasar global dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan kalo ga salah. Pokoknya kita tuh selalu the number one, kita selalu pingin jadi nomor satu. Itu sih visi nya sendiri dari Unilever. Kalo ditanya tagline, qadri kalau misalnya pernah denger iklan Unilever “setiap unilever memberi kebaikan” nah itu sebenarnya tagline kita, jadi kita kepingin menjadi suatu perusahaan yang memberikan kebaikan buat semua masyarakat di indonesia.

Pewawancara : lanjut ke pertanyaan berikutnya kak, sudah berapa lama yaa perusahaan ini menjadi consumer goods?

Narasumber : udah lama banget, kira kira udah 93 tahun lah, tapi kalau untuk medan sendiri aku kurang tau detail sih

Pewawancara : kalau untuk jumlah brand yang dimiliki perusahaan? Kira kira ada berapa dan biasanya yang jadi target pasar siapa yaa kak?

Narasumber : kalau ditanya brand wah ini banyak banget qadri. jadi sebenarnya kita punya 400 brand di seluruh dunia yaa di beberapa negara jadi banyak banget. salah satunya aku sebutin bebrapanya kali yaa, yang paling jadi market leader nya kita. Kalau qadri tau pepsodent,lifeboy,sunsluk,clear. Itukan banyak banget yaa jadi kurang lebih ada 400 lah brand nya Unilever. Trus

target pasar nyaa yaa seluruh warga di indonesia. Jadi kita punya market kayak untuk remaja kita punya brand nyaa sendiri, untuk ibu-ibu kita punya, untuk wanita-wanita karir kita punya kayak misalnya dove, kita juga punya buat keluarga yang harganya lebih murah seperti lifeboy gitu, baby kita juga punya sweetsal. Jadi kita menjangkau semua kalangan semua umur

Pewawancara : okeiy kak, kalau gitu kita masuk ke pertanyaan point kedua yang mengenai strategi employee relations yang dilakukan oleh depo medan kepada karyawan nyaa

Pewawancara : mungkin langsung aja ke pertanyaan pertama. Apakah perusahaan sudah membangun komunikasi yang baik dengan karyawan nya?

Narasumber : menurut saya sendiri selama 4 tahun berada disini sih udah yaa. Dan sangat sangat bagus menurut saya

Pewawancara : trus kak apakah karyawan yang ada di depo medan dapat bekerja dengan baik dan bekerja sama dengan baik?

Narasumber : harusnya iya, karna Unilever itu menurut ku ya, dia adalah perusahaan yang sangat-sangat memperhatikan itu semua. Bahkan kita tuh yang perempuan yang bekerja di Unilever tuh sangat-sangat terbantu, kayak ada kamar mandi khusus perempuan, trus juga waktu cuti, kita tuh sangat-sangat merasa safety banget nih di Unilever sebagai seorang perempuan. Itu sih perbedaan itu yang membuat aku ngerasa employee relations di perusahaan aku itu keren banget

Pewawancara : iyaa sih, soalnya dari hal-hal kecil gitu diperhatikan banget yaa kak

Narasumber : banyangin kamar mandi, jarang kan perusahaan yang memperhatikan kamar mandi, itu baru terjadi di Unilever dia sangat sangat fokus banget untk itu

Pewawancara : trus kak menurut kakak nih, apakah perusahaan sudah melakukan employee relations dan human relations dalam menjaga hubungan nya dengan karyawan?

Narasumber : sudah dong, dari hal kecil tadi, trus juga dari kesehatan, dari komunikasi kita sesama tim, sesama boss. Kita udah ada wadahnya supaya semua merasa nyaman dan lingkungan kerja nya juga nyaman.

Pewawancara : trus kak pertanyaan selanjtnya, apakah para karyawan depo medan sudah mengetahui konsep dari employee relations sendiri?

Narasumber : harusnya sudah, karna employee relations gacuma menjadi tagline kita. Jadi kita sering dikasih penyuluhan seperti. “ ini loh yaaa yang kayak gini yang bisa kalian dapet supaya nyaman bla bla bla”. hal kecil semua sangat diperhatikan jadi sebenarnya kita satu sama lain udah sama-sama tau sih, jadi kita udah aware banget

Pewawancara : trus kak, apakah perusahaan sudah menerapkan employee relations pada karyawannya?

Narasumber : udah dong

Pewawancara : secara umum bagaimana kegiatan employee relations yang dilakukan di depo medan dan bagaimana perusahaan menerapkan employee relations itu sendiri?

Narasumber : banyak banget sih kegiatan nya. Kita kadang ada gathering, kita sangat memperhatikan hal-hal kecil, safety untuk karyawan sangat diperhatikan, trus komunikasi ketika ada problem. Satu lagi dan setiap tahun, setiap karyawan itu punya wish. Jarang kan perusahaan yang membuat wish untuk karyawan nya. Jadi kita ditanyain sama manager kita. “apasih wish kamu”. itukan bagian dari employee relations dan mungkin berkaitan juga dengan human relations gitu ya, karna menurut aku itu penting sih. Jarang perusahaan yang ngasih kesempatan karyawannya untuk ngasih tau harapannya apa, plan kedepannya apa, dan gimana caranya leader kita tuh bakal ngebantu kita. Itu sih contoh simple nya

Pewawancara : berarti employee relations di depo medan sudah berjalan dengan baik yaa kak

Narasumber : iya bener

Pewawancara : soalnya yaa kayak atasan dan perusahaan aware sama karyawan nya

Narasumber : sangat aware banget, sangat tau kita tuh maunya 5 tahun kedepan mau ngapain. Tahun depan itu kita goals nya mau apa, dia tau banget

Pewawancara : kalau menurut kakak sendiri kenapa sih employee relations sangat penting di terapkan di depo medan?

Narasumber : karna karyawan itu kan aset banget yaa, karyawan itu aset nyaa perusahaan. Sehingga dengan employee relations yang baik dia sebenarnya sedang menjaga emas nyaa gitu loh. Supaya perusahaan tetep berjalan dengan lancar yaa dia harus menjaga karyawan nya dengan baik dan karyawan ketika dikasih fasilitas yang baik dia akan semakin menghargai company nya kan. Itu menurut aku sangat-sangat penting banget sih gitu

Pewawancara : bererti kak respon kakak terhadap employee relations sama human relations yang dibuat perusahaan itu gimana kak?

Narasumber : kalo menurut aku pribadi ya, perusahaan itu udah oke banget. Karna sangat memperhatikan hal-hal detail bahkan human relations itukan hubungan baik yaa. Trus dia udah ngasih fasilitas tempat kerja yang oke, sehingga sangat berpengaruh ke hubungan kita yang baik gitu loh. Jadi menurut aku sangat berkaitan banget tuh employee relations sama human relations. Ketika tempat kita bekerja nyaman pasti komunikasi kita, hubungan kita pasti juga akan nyaman gitu.

Pewawancara : untuk pertanyaan selanjutnya. Selama pandemi kemarin ada ga sih kak pengaruh employee relations yang dibuat oleh perusahaan kayak misalnya. Sebelum pandemi bagus-bagus aja, nah setelah pandemi kayak ada yang berkurang. Nah menurut kakak gimana?

Narasumber : menurut ku engga sih, justru aku ngerasa sangat merasa banget ketika pandemi itu perusahaan sangat aware banget sama kita, sangat perhatian banget sama kita. Nah kebetulan aku kena covid waktu itu. Itu bener-bener kita di cover loh. Kita kemarin pernah kena covid sakeluarga bahkan dulu tes PCR masih mahal banget yaa, itu bener-bener free PCR setiap minggunya. Yang waktu itu harganya masih 2 juta. Bahkan sama keluarga-keluarga juga dicover dan setiap hari tuh kami ada dokter yang call kami 24 jam, bahkan kita harus kasih laporan ke company bagaimana kondisi perhari itu, jadi justru ketika pandemi aku merasa perusahaan ku tuh salah satu perusahaan yang sangat. “aduhh baik banget sih dia”. dia ngasih kita vitamin, kasih masker, semua di distribusikan ke semua karyawan tanpa terkecuali. Event sampai sekarang kayaknya pendistribusian masker masih berjalan. Dia

sangat aware bahkan dia ngebolehkan kita untuk bekerja dirumah aja dan trus memantau kami, sehingga dia menyiapkan kayak 24 jam dokter bahkan kalo kita perlu tindakan medis mereka akan siap bantu. Dan pelayanan rumah sakit yang kita dapet itu ga cuma yang biasa-biasa aja, tapi bener-bener yang tercover secara wah. Itu sih keren nyaa waktu jaman pandemi.

Pewawancara : berarti kak, kakak udah ngerasain langsung lah feedback yang baik dari adanya human relations dan employee relations yang dibuat oleh perusahaan ?

Narasumber : bener banget

Pewawancara : trus cara perusahaan ngehandle permasalahan pada karyawan itu gimana yaa kak?

Narasumber : kita kalo ini lebih ke heart to heart sih akhirnya kalo masalah kerjaan. Mau masalah kerjaan atau masalah pribadi gitu yaa, manager kita akan selalu di handle. Maksudnya ketika kita ada masalah ya kita d ajak ngobrol dulu, ketika itu berhubungan dengan hukum. Unilever sebenarnya juga ada lagel nya gitu, ada khusus bagian itu yang bisa ngebantu kita kapan pun ketika kita menghadapi masalah di lapangan. Kayak tiba-tiba kita di tuntutan nih padahal kita ga salah tapi kita dituntut, itukan jadi masalah kita dan Unilever itu ada tim legal yang ngebantuin itu gitu. Sangat-sangat ngebantu banget sih

Pewawancara : sejauh ini kak keuntungan apa yang kakak dapati sebagai karyawan dengan adanya human relations yang dibuat oleh perusahaan?

Narasumber : banyak dong. Kerjanya jadi lebih nyaman, trus merasa selalu safety aja gitu setiap hari. Banyak sih tapi point besarnya 2 itu. Kita sebagai karyawan merasa nyaman, enak kerjanya, trus kita merasa safety dan terlindungin ketika bekerja

Pewawancara : berarti tuh kak kerjanya kayak lepas aja, lebih nyaman, kayak ga ada yang dipikirin

Narasumber : yaa ada sih yang dipikirin kayak target. Cuman kita ngerasa walaupun kita ditaro diluar kota atau apa gitu yaa, kita merasa aman aja gitu karna Unilever sebelum meletakkan kita di kota-kota, dia sudah cari tau nih safety brief nya

itu kayak gimana. Kayak ditempat itu rumah sakitnya gimana, dia selalu punya cara lah buat kita nyaman dengan segala fasilitasnya dia

Pewawancara : trus kak pertanyaan selanjutnya. menurut kakak apakah employee relations dan human relations dapat meningkatkan dan memotivasi karyawan dalam bekerja?

Narasumber : oiyaa dongg, kalo ga gamungkin aku bertahan selama ini sih. Yaa menurut aku kenapa temen-temen aku akhirnya banyak bertahan yaa karna itu salah satunya, benefit yang kita dapat oke banget.

Pewawancara : berarti sangat berhubungan lah employe relations sama human relations

Narasumber : betul-betul

Pewawancara : trus kak pertanyaan selanjutnya. Apa saja kendala yang di hadapi depo medan dalam penerapan employee relations dan human relations?

Narasumber : kayaknya ga ada yaa kendalanya

Pewawancara : berarti selama ini kayak berjalan lurus aja lah yaa kak

Narasumber : jalan lurus aja, walaupun ada sesuatu yang bermasalah dengan ini pasti langsung dilaporin dan bisa langsung cepet kelar sih. Kayak dibantu dari pusat juga kan

Pewawancara : trus bagaimana cara perusahaan dalam mengevaluasi permasalahan yang ada kak?

Narasumber :yaa diskusi, biasanya kita sering diskusi. Apa masalahnya kita akan cari tau gimana menyelesaikan nya itu. Gitu sih

Pewawancara : okEy kak, kalo gitu ke pertanyaan terakhir. Menurut kakak seberapa efektif penerapan employe relations dan human relations bagi karyawan sendiri?

Narasumber :efektif banget sih, itukan saling berkaitan ya. Kalo employee relations nya semakin bagus, human relations nya semakin bagus. Perusahaan bisa semakin maju, jadi itu sangat berkaitan

Pewawancara : oke kak, kalau begitu terimakasih udah mau meluangkan waktunya

**Transkrip wawancara dengan Bu Endang Kartika Sari selaku CD Operational Supervisor, 21 Februari 2023**

Pewawancara : Sudah berapa lama unilever indonesia cabang medan berdiri?

Narasumber : kurang lebih 48 tahun

Pewawancara : Bagaimana sejarah berdirinya depo medan?

Narasumber : setau saya sebagai karyawan yang sudah bekerja selama 20 tahun lebih di unilever. depo medan itu awalnya ada di olympia plaza itu kalo ga salah tahun 1974, trus kita pindah ke S.Parman, trus kita pindah lagi ke glugur, trus pindah BGR simpang, pindah ke krakatau, trus ke haji agus salim, dan sekarang di sei serayu.

Pewawancara : Kalo untuk tahun sejarah berdirinya bu?

Narasumber : Kalo ini saya kurang inget, tapi ada kok data nya di kantor, ntar saya kirim aja

Pewawancara : kalo gitu lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Kenapa unilever bisa berdiri di medan, apa karna medan salah satu kota terbesar di indonesia?

Narasumber : yaa bener

Pewawancara : Apakah medan salah satu kota yang berpengaruh dalam besarnya perusahaan unilever?

Narasumber : Sangat berpengaruh karena medan merupakan kontribusi terbesar ke tiga national

Pewawancara : Ada berapa jumlah kantor unilever di medan?

Narasumber : kalo untuk kantor cabang, di medan cuma ada satu

Pewawancara : Berapa jumlah karyawan yang ada di depo medan?

Narasumber : 52 org terdiri dari 30 staff dan 22 outsourcing

Pewawancara : Ada berapa divisi yang ada di depo medan?

Narasumber : kalo untuk divisi kita ada 3 divisi yaitu (Ice Walls, Modren Trade, Modren Trade)

Pewawancara : Siapa yang bertanggung jawab penuh dengan perkembangan depo medan?

Narasumber : Untuk yang bertanggung jawab sendiri itu ada area Sales manager/ ASM

Pewawancara : Apa yang menjadi ciri khas dari depo medan?

Narasumber : kita itu dikenal cabang yang mempunyai team work yg sangat solid, Rasa solidaritas dan ke keluargaan yg tinggi memiliki tanggung jawab terhadap customer/ rekan business (Distributor) kita

Pewawancara : Apakah barang rumah tangga menjadi icon dari unilever?

Narasumber : kita nyebutnya mother brand, dan yang menjadi mother brand nya unilever itu adalah Rinso, Pepsodent, Sunlight.Sunsilk

Pewawancara : Sudah berapa lama perusahaan ini menjadi consumer goods?

Narasumber : Sejak perusahaan di dirikan 1930.

Pewawancara : Ada berapakah jumlah brand yang dimiliki perusahaan?

Narasumber : Unilever sendiri setau saya memiliki lebih dari 400 merek dagang

Pewawancara : Siapa yang biasanya menjadi target pasar perusahaan?

Narasumber : Unilever memprioritas target pasar adalah Ibu rumah tangga.

Pewawancara : Apakah perusahaan sudah membangun komunikasi yang baik dengan karyawan nya?

Narasumber : sejauh ini sepengalaman saya, perusahaan itu sudah sangat membangun komunikasi yang baik kepada kita para karyawannya. Soalnya perusahaan itu selalu berusaha agar membuat karyawan nyaman, safety kita sebagai karyawan selalu diawasi, trus perusahaan juga peduli dengan keadaan setiap perkembangan dan dampak dari lingkungan yg selalu fultuative/ berubah. Perusahaan juga berinisiatife dengan memberikan program ruang curhat untuk para karyawan seperti. Kita bicara, warung Ibu Surti, dan dengan ada nya rutinitas ceramah rohani setiap hari dll.

Pewawancara : Apakah para karyawan disini dapat bekerja dengan baik dan bekerja sama dengan baik?

Narasumber : Menurut saya dengan adanya kepedulian dari perusahaan melalui program yang dibuat harusnya tidak ada alasan untuk para karyawan tidak bisa bekerja dan bekerja sama dengan baik, apalagi dengan dukung fasilitas dan program yang di berikan, seperti tunjangan cuti dan tunjangan perumahan yg di berikan setiap tahun nya dengan cara tunai.

Pewawancara : Apakah perusahaan sudah melakukan employee relations dan human relations dalam menjaga hubungan nya dengan karyawan ?

Narasumber : sudah dong, apalagi di dukung dengan kegiatan sharing of Joy dan Family gathering setiap tahun nya, yang ngebuat kita tuh ngerasa employee dan human relations sudah sangat dijalankan dengan baik

Pewawancara : Apakah para karyawan depo medan sudah mengetahui konsep dari employee relations?

Narasumber : secara ga langsung kita sudah tau sih, apalagi dengan ada nya kegiatan bersama, kepedulian terhadap karyawan seperti seperti kegiatan sharing of joy. Medical cek up dan juga perusahaan juga menfasiliatsi ruang curhat prihal Pribadi, kenyamanan dalam lingkungan pekerjaan dll.

Pewawancara : Apakah perusahaan sudah menerapkan employee relations kepada karyawan nyaa?

Narasumber : Sudah dong, kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan dan fasilitas fasilitas yg di berikan seperti : kenaikan gaji, fasilitas uang rumah, pengantian uang cuti, pengantian uang pindah & fasilitas transportasi mudik lebaran, Natal dll

Pewawancara : Secara umum bagaimana kegiatan employee relations yang dilakukan di depo medan?

Narasumber : kegiatan employee kita sih seperti ada nya halal bihal, family gathering bersama keluarga, makan bersama, jumat berkah setiap satu bulan sekali.

Pewawancara : Bagaimana perusahaan menerapkan employee relations?

Narasumber : Cara perusahaan sendiri dalam menerapkan employee relations ke karyawan dengan memperhatikan hal-hal kecil seperti aturan-aturan pendisiplinan, masuk jam dan pulang waktu kerja, dan jika ada masalah atau pekerjaan yang kurang sesuai karyawan bisa diskusi dengan line manager.

Pewawancara : Apakah penerapan employee relations sudah berjalan dengan baik? Menurut bapak/ibu mengapa employee relations sangat penting diterapkan di depo medan?

Narasumber : Employee relations yang ada di depo medan sudah berjalan dengan baik sih. Dan kalo mengapa employee relations itu sangat penting,yaa karna dengan adanya employee relations yang dilakukan perusahaan dapat menciptakan ke disiplin dan etitude yg baik dalam bekerja,menghindari terjadinya

kecemburuan sosial sesama pekerja, agar selalu tercipta tempat kerja yg nyaman, aman dan rasa persaudaraan yg erat antar karyawan.

Pewawancara : Bagaimana respon karyawan terhadap sistem employee relations dan human relations yang dibuat oleh perusahaan?

Narasumber : Respon karyawan saat ini dengan adanya system employee relations sangat positif karena semua merasa satu kesatuan dalam keluarga besar depo medan, dan saling menjaga satu sama yang lain nya antara karyawan dengan line manager, dengan driver, dengan office boy dan dengan security

Pewawancara : Apakah ada pengaruh pandemi kemarin dengan penerapan employee relations yang dibuat oleh perusahaan?

Narasumber : Tidak begitu signifikan karena kita tetap bisa berhubungan virtual, bahkan kita di fasilitasi dengan berbagai media konsultasi seperti, dokter perusahaan yg siap siaga 24 jam utk konsultasi covid, dan warung ibu surti (yang siap menampung segala keluhan kesah karyawan)

Pewawancara : Apakah bapak/ibu merasakan feedback yang baik dari adanya human relations dan employee relations yang dibuat oleh perusahaan?

Narasumber : jelas dong, dengan adanya employee relations dan human relations permasalahan yang ada pada karyawan bisa di diskusikan agar mendapat solusi yang terbaik. Trus bagaimana cara perusahaan handle permasalahan kita sebagai karyawan? Perusahaan membuka konsultasi online/ virtual seperti warung bu Surti, ladies fater, konsultasi medical dll

Pewawancara : Keuntungan apa yang didapatkan oleh karyawan dengan adanya human relations?

Narasumber : kita mendapatkan hak kita sebagai karyawan, informasi yg selama ini tidak di ketahui karyawan menjadi tahu, trus juga kita sebagai karyawan bisa bekerja dengan nyaman, dan lebih bisa berekspresi.

Pewawancara : Menurut bapak/ibu apakah employee relations dan human relations dapat meningkatkan dan memotivasi karyawan dalam bekerja?

Narasumber : Sangat memotivasi karyawan, karena karyawan merasakan langsung dampak perubahan tersebut

Pewawancara : Apakah konsep employee relations dan human relations saling berhubungan?

Narasumber : sangat-sangat berhubungan karna konsep ini sama seperti simbiosi mutualisme yang saling bergantung dimana segala aktivitas dalam ruang lingkup kerja pasti kita membutuhkan orang-orang di sekitar seperti, security agar keselamatan kita dan nyaman bekerja kita selalu terjaga, office boy guna untuk selalu tercipta tempat kerja yang higienis, bersih dan lebih tertata, IT Support mempermudah karyawan jika ada kendala hardware / software dapat segera teratasi

Pewawancara : Apa saja kendala yang dihadapi depo medan dalam penerapan employee relations dan human relations?

Narasumber : Adanya pro & contra dalam berpendapat walaupun tujuannya satu. Itu aja sih sejauh ini. Kalo kendala yang lain di depo medan paling maslaah-masalah kecil seperti Penataan kenyamanan ruang kerja, pengadaan fasilitas sekunder office seperti alat olah raga, alat masak electronic, pengadaan alat musik. Kalo untuk kendala spesifik employee relations dan human relations belum ada sih menurut saya

Pewawancara : Apakah dengan adanya employee relations dan human relations para karyawan jadi merasa nyaman? Bagaimana cara perusahaan dalam mengevaluasi permasalahan yang ada?

Narasumber : sangat nyaman. Kalo untuk evaluasi permasalahan itu, kita biasanya ada yang namanya investigasi nyaman karyawan yang akan di nilai pada saat akhir tahun. saat penilaian KPI/ pencapaian masing-masing karyawan, karyawan biasanya selalu melakukan Q&A dengan line manager, untuk review nyaman dan sharing pekerjaan ke line manager masing-masing di setiap divisi.

Pewawancara : Seberapa efektif penerapan employee relations dan human relations bagi para karyawan?

Narasumber : Sangat effective, kita disini saling berlomba-lomba memberikan/ menunjukkan kinerja yg baik dan bertanggung jawab agar mendapat hasil yg sempurna.