

Aktivitas Internal Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja
karyawan Pada PT.ANTAR SURYA MEDIA

Skripsi



Nama : Fidya Mardiasari

Nim : 1513211166

Semester : VII-A Pagi

Konsentrasi Humas

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

AKTIVITAS INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KINERJA KARYAWAN PT.ANTAR SURYA MEDIA .

SKRIPSI

Oleh :

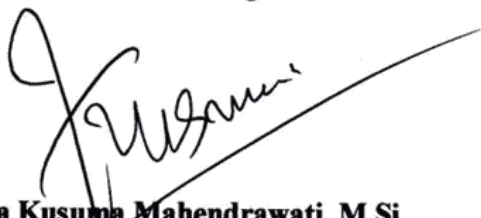
FIDYA MARDIASARI

NIM 1513211166

DISETUJUI

PADA TANGGAL *26 Juli*2019

Dosen Pembimbing I



Dr. Ita Kusuma Mahendrawati .M.Si

NIP . 900029

Dosen Pembimbing II



Julyanto Ekantoro., SE,SS,M.Si

NIP . 21200143

Mengetahui

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Ita Kusuma Mahendrawati .M.Si

NIP . 900029

LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bhayangkara Surabaya dan Diterima Untuk Syarat

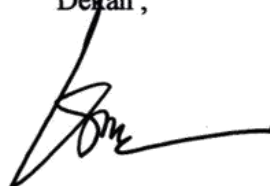
Gelar Sarjana Sastra Satu

Pada tanggal 26 Juli 2019

Mengesahkan :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bhayangkara Surabaya

Dekan ,



(Ismail.S.Sos.M.Si)

NIP: 2016000168

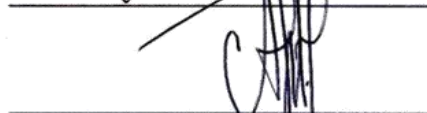
Dewan Penguji :

Tanda Tangan

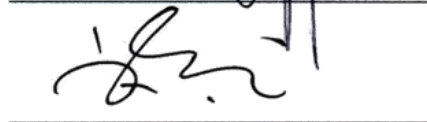
1 . Dr.Ita Kusuma Mahendrawati .M.Si (Ketua)



2. Tira Fitriawardhani .S.Sos.M.Si (Anggota)



3. Yulius Puguh . AW.,S.Sos.M.Si (Anggota)



PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fidyta Mardiasari

Nim : 1513211166

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi berjudul :

Aktivitas Internal Public Relation Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT.Antar Surya Media

Merupakan hasil karya tulis ilmiah yang bersifat original / bukan plagiat baik sebagian atau keseluruhan .

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam karya tulis ilmiah dimaksud , maka saya bersedia dituntut sebagaimana peraturan perundang – undangan yang berlaku .

Surabaya , 11 Juli 2019

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a green 3000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', 'TGL. 20', '0F0AFF895366446', '3000', and 'RIBURUPIAH'.

Fidyta Mardiasari

NIM : 1513211166

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala Puji syukur kehadirat Allah SWT , berkat Rahmat , Hidayah , serta TaufiqNya semata skripsi dengan Judul “ **AKTIVITAS INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT.ANTAR SURYA MEDIA** “ dapat terselesaikan

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi , kepada yang terhormat :

1. **Papa dan Mama** yang telah memberikan dukungan maupun material yang selama ini selalu diberikan kepada penulis yang tidak dapat diukur besarnya . Serta saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungannya .
2. Bapak **Rektor Universitas Bhayangkara** Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh jenjang pendidikan strata satu
3. Bapak **Ismail.S.Sos.M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam menyelesaikan jenjang strata satu .
4. Ibu **Ita Kusuma Mahendrawati , M.Si**, selaku Pembimbing I dan Bapak **Julyanto Ekantoro , SE,SS,M.Si** selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar penuh ketelatenan memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi .
5. Bapak / Ibu Pimpinan PT.Antar Surya Media yang telah memberikan Ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada instansi yang dipimpin .
6. Untuk Calon Suamiku M. Ardimas Sanjaya yang telah mensupport dan sabar menemani hingga Skripsi ini terselesaikan
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi , Humas Khususnya Yuraidah , Indah , Mey , Neris dkk yang telah banyak membantu dan mensupport dalam penyelesaian Skripsi .

8. Seluruh teman masa sekolah Smp Desi dwi , Fitria , teman masa MA Fatim , dan Fitri yang telah banyak membantu dan mensupport dalam penyelesaian Skripsi .

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan disana-sini , oleh karena itu segala kritik dan saan yang membangun dari pembaca demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan . Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya .

Surabaya , 10 Juli 2019

Penulis

Halaman Persembahan

Yang pertama Dengan penuh rasa syukur ku panjatkan Kehadirat

Allah SWT .

**Aku persembahkan skripsi ini sebagai tanda cinta dan Bakti kepada Orang
Tua ku yang senantiasa mendoakan dalam setiap langkah kakiku , dan selalu
mensupport ku dalam setiap hal .**

**Terimakasih untuk Calon Suamiku M.Ardimas Sanjaya yang mencurahkan
cinta dan kasih sayangnya selama ini dan sabar menemaniku menyelesaikan
karya skripsi ini .**

**Terimakasih untuk para sahabat ku Next trip , selama Kuliah ini yang selalu
mensupport dan menemaniku selama menempuh study .**

**Terimakasih juga untuk sahabat sahabat sekolah yang selalu mensupport
dalam menyelesaikan karya skripsi ini .**

MOTTO

*“ KAU TAK DAPAT MERAIH SESUATU DALAM HIDUP
TANPA MELAKUKAN PENGORBANAN
SEKECIL APAPUN ”*

Fidya Mardiasari , FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK , 2019

**AKTIVITAS INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT.ANTAR SURYA MEDIA**

Dosen Pembimbing I : Dr.Ita Kusuma Mahendrawati .M.Si

Dosen Pembimbing II : Julyanto Ekantoro., SE,SS,M.Si

Salah satu keberhasilan suatu lembaga atau organisasi dalam menncapai tujuannya juga ditentukan oleh kondisi karyawan , jika terjadi keharmonisan antar pegawai dan pimpinan organisasi atau antara anggota-anggota dalam organisasi . Demikian juga karyawan pada PT.Antar Surya Media dimana aktivitas public relation dapat meningkatkan kinerja karyawan

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif , data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan humas PT.Antar Surya Media .

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas mempunyai peran dan upaya dalam meningkatkan kinerja karyawan yang mana dapat di amati dengan memberikan Apresiasi berupa bonus, penghargaan, maupun kenaikan jabatan , dapat memdengarkan dan menghargai ide karyawan , sering muncul saat karyawan bekerja , meberikan progam khusus yaitu liburan atau acara gathering . Adapun faktor lain yang berpengaruh dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan adalah interaksi pimpinan dan karyawan , hubungan antar karyawan , memberikan prasaan aman dan tentram , menempatkan karyawan sesuai kemampunya .

Kata kunci : Internal Public Relation , Public Relation , Kinerja Karyawan

Fidya Mardiasari , FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE, 2019

INTERNAL PUBLIC RELATION ACTIVITIES IN EFFORTS TO IMPROVE
PERFORMANCE OF EMPLOYEES, PT .ANTAR SURYA MEDIA

Supervisor I : Dr.Ita Kusuma Mahendrawati .M.Si

Co Supervisor II : Julyanto Ekantoro., SE,SS,M.Si

One of the successes of an institution or organization in achieving its objectives is also determined by the condition of the employee, if there is harmony between employees and the organization's leadership or between members in the organization. Likewise employees at PT.Antar Surya Media where public relations activities can improve employee performance

This study uses a qualitative descriptive approach, data obtained from the results of interviews with public relations staff of PT.Antar Surya Media.

The results of this study indicate that public relations has a role and effort in improving employee performance which can be observed by giving appreciation in the form of bonuses, awards, and promotions, can listen to and appreciate employee ideas, often appear when employees work, giving special programs namely holidays or gathering event. The other influential factor in efforts to improve employee performance is the interaction of leaders and employees, the relationship between employees, providing a safe and secure feeling, placing employees according to their ability.

Keywords: Internal Public Relations, Public Relation , Employee Relation

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Persetujuan	
Lembar Pengesahan	
Kata Pengantar.....	i
Halaman Persembahan.....	iii
Motto.....	iv
Abstak	v
Abstrack	vi
Daftar Isi.....	vii
BAB I . Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat UntukPraktis.....	5
1.5 Definisi Konsep	8
1.5.1 Internal Public Relation.....	8
1.5.2 Kinerja Karyawan	9
1.6 Metode Penelitian	11
1.6.1 Lokasi Penelitian	11
1.6.2 Subjek Penelitian	11
1.6.3 Fokus Penelitian	12
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	12
1.6.5 Teknik Analisa Data	13

BAB II . Kajian Pustaka	17
2.1 Penelitian Pendahuluan	17
2.2 Kajian Pustaka	20
2.2.1 Internal Public Relation	22
2.2.1.1 Hubungan Denagn Publik Karyawan (Employee Relation).....	22
2.2.1.2 Bentuk Kegiatan Employee Relation.....	24
2.2.1.3 Peran Employee Relation.....	25
2.2.1.4 Bentuk Kegiatan Public Relation.....	26
2.2.2 Public Relation	30
2.2.3 Kinerja Karyawan.....	35
2.3 Kerangka Teori	49
BAB III . Gambaran Umum Objek Penelitian	51
3.1 Profil Perusahaan	51
3.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan	51
3.3 Visi Dan Misi	54
3.4 Tujuan	55
3.5 Jenis Usaha	55
3.6 Struktur Organisasi	55
3.7 Unit Kerja	56
3.8 Macam Berita	62
3.9 Segmentasi Pasar	62

BAB IV Hasil Dan Pembahasan.....	64
4.1 Menjalini Hubungan dengan Karyawan	64
4.1 Gaji.....	67
4.2 Kinerja	76
BAB V Penutup	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
Daftar Pustaka.....	
Lampiran	
Pedoman wawancara	
Surat Izin Penelitian.....	
Kartu Bimbingan	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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

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

harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik , Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh seorang *Public Relations Officers*, yaitu. Hubungan dengan karyawan (*employee relations*) dan Hubungan dengan pemegang saham (*stockholder relations*) Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan rasa yang (*sense of belonging*) yang motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

Sedangkan Hubungan dengan pemegang saham (*stockholder relations*) Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan perusahaan secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalah pahaman dan kecurigaan terhadap perusahaan.

Melihat adanya perbedaan di masing-masing individu maka untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam hubungan internal perusahaan antara pemimpin dan karyawan ataupun sesama karyawan maka diperlukan adanya komunikasi internal yang dilakukan secara timbal balik . Komunikasi internal kini menjadi syarat utama public relations , yang termasuk kedalam salah satu public internal , karyawan merupakan tulang punggung yang menjalankan suatu perusahaan . Sebuah perusahaan akan berjalan dengan baik apabila karyawan menyukai pekerjaannya dan adanya kerja sama para karyawan . Untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dengan baik .

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

Karena , Pada dasarnya kinerja yang baik adalah kinerja yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan. Akan tetapi didalam kinerja tersebut mesti harus memiliki bebeapa kriteria agar meningkatnya produktivitas sehingga apa yang diharapkan Perusahaan tersebut biasa berjalan sesuai apa yang di inginkan.

Tentunya itu semua tidaklah mudah membalikan telapak tangan akan mesti ada peran langsung ke ikut sertaan dalam manajemen untuk bisa mengontrol dan memberikan teknik cara agar bagaimana bisa terjaminnya mutu dan kualitas sehingga karyawan bisa dengan mudah bekerja tanpa ada rasa terbebenani dan hubungan antara pihak manajemen dengan bawahan semakin kuat. (Halfert, 1996) Kinerja karyawan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu , merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan oprasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki .

Pembinaan hubungan baik antar karyawan dengan pemimpin perusahaan maupun antar karyawan agar selalu dalam keadaan baik melalui penerapan kegiatan employee relations selain bertujuan untuk memberikan suatu pengabdian dan mengatur kerja sama diantara anggota , terutama untuk menciptakan komunikasi internal yang efektif di dalam perusahaan (Bonar , 1973:56). Guna membina hubungan tersebut , Moore mengemukakan dasar pelaksanaan kegiatan employee relations adalah berkomitmen dalam menyediakan pekerjaan sehari-hari , kondisi kerja yang baik , kompetisi yang adil , kesempatan untuk mengembangkan meningkatkan kompetensi diri , pengakuan atas pencapaian yang dihasilkan , pengawasan yang baik , kesempatan untuk mrngekspresikan diri dan menyediakan keuntungan yang sesuai bagi para karyawannya (Moore , 1981: 27) . Selain itu public relations lah yang mempunyai tugas membangun sebuah tanggung jawab dan partisipasi seluruh kegiatan pulic relations yakni karyawan untuk ikut serta mewujudkan tujuan perusahaan .

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

Penilaian kinerja karyawan akan memberikan sejumlah manfaat baik bagi karyawan, atasan maupun perusahaan. Bagi karyawan, penilaian kinerja akan memberikan manfaat yang besar seperti memberikan motivasi, memberikan kejelasan standar penilaian kerja, sebagai tolok ukur diri untuk perbaikan kinerja pada masa selanjutnya, merupakan sarana untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan diri sendiri, sarana untuk mencari penyelesaian masalah kerja, sarana untuk menjalin komunikasi dengan atasan.

Kegiatan public relation dalam PT.Antar Surya Media sendiri yang sudah dilakukan dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan bisa dengan mengadakan kegiatan Personal Calls, Pertemuan Berkala, Kotak Suara (kotak Saran), Hiburan dan Darmawisata, Study Tour, dan Hadiah-hadiah dan Penghargaan.

Fungsi komunikasi secara internal untuk PT.Antar Surya Media sendiri terhadap kinerja karyawan antara lain meningkatkan kualitas perusahaan, meningkatkan kinerja karyawan, sebagai media komunikasi, sebagai masukan untuk mengetahui jenis pelatihan atau training yang dibutuhkan oleh karyawan agar komunikasi berlangsung efektif dan informasi yang disampaikan oleh seorang pemimpin dapat diterima dan dipahami oleh para karyawan dengan baik.

Dalam penulisan ini , penulis menekankan pada aktivitas internal public relation yang terjadi dalam lingkungan kerja yaitu hubungan dengan orang-orang yang berkaitan dalam hubungan dengan pimpinan , karyawan . yang akan berperan untuk meniadakan gangguan akibat salah komunikasi , sehingga menimbulkan kerja sama yang lebih produktif dan menimbulkan rasa bahagia dan puas hati saat bekerja .

Perasaan bahagia dan puas hati dalam bekerja menimbulkan suasana kerja yang menyenangkan yang sering kali disebut dengan perasaan “ sense of belongingness “ . Suasana yang demikian mendukung semangat dan kegairahan kerja yang benar . Semangat kerja yang dimaksud adalah melakukan adalah melakukan pekerjaan lebih cepat dan lebih baik , sedangkan kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan dan suasana yang seperti ini perlu diciptakan dalam PT.Antar Surya Media

Dengan demikian Fenomena yang terjadi pada PT.Antar Surya Media yang sempat mengalami penurunan dikarenakan kurangnya semangat dalam bekerja sehingga perlu adanya peningkatan kinerja karyawan . Melihat fenomena diatas , maka penulis ingin mengetahui bagaimana aktivitas internal Public Relations dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media .

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Aktivitas Internal Public Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui aktivitas Internal Public Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media

1.4 Manfaat Penelitian

❖ **Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dalam kegiatan Internal Public Relation yang ada di PT.ANTAR SURYA MEDIA

❖ **Praktis**

1. Bagi Penulis

Untuk dapat menggali dan menyumbangkan Ilmu pengetahuan atau teori yang di peroleh di bangku kuliah.

2. Bagi Instansi

Diharapkan berguna sebagai masukan dan bermanfaat dalam pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan karyawan atau pegawai .

3. Bagi Pembaca

Untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana membuat kebijakan bila menghadapi masalah atau krisis .

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Internal Public Relation

Kegiatan internal Publik Relations Menurut **Oemi Abdurachman** terdiri dari informasi-informasi tentang operasional atau aktifitas perusahaan dapat disebarluaskan kesegenap karyawan dilingkungan perusahaan, salah satunya melalui media komunikasi tertulis, media tercetak dalam format majalah, buletin, *news realease* dan media cetak lainnya. (Abdurachman, 2001:37)

Tujuan internal publik relation menurut **Griswold** dalam buku Oemi dikemukakan bahwa:“Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja”.(Abdurachman, 2001:34)

Sedangkan menurut **H.R. Danan Djaja** dalam bukunya yang berjudul peranan humas dalam perusahaan , Internal Public Relation dimaksudkan salah satu bentuk kegiatan dari Public Relations yang benitik beratkan kegiatannya kedalam istilah ke “ dalam “ maksudnya kegiatan terebut hanya berlaku kepada bentuk hubungan kepada public yang ada dalam instansi atau perusahaan tertentu (Djaja, 1992: 34)

Menurut **Denny Griswold** dalam bukunya *your public relations* mengatakan bahwa “ Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan internal Public Relations . Hal ini dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan segala kepentingan-kepentingan seluruh pegawai yang ada di dalam perusahaan . (Griswold, 1984)

Internal Public Relations yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawannya dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan, dan lain-lain.

Tapi bertindak adil, tidak memihak suatu golongan, jujur dan bijaksana, sebab tiap anggota mulai dari pimpinan sampai dengan pesuruh merupakan bagian dari keseluruhan badan itu.

Jadi Menurut Saya sebagai peneliti sendiri dari definisi diatas Aktivitas Internal Public Relation diartikan sebagai Kegiatan yang dilakukan secara Internal didalam perusahaan oleh Public Relation dalam menjalin hubungan baik dengan Karyawan agar memperoleh keharmonisan didalam perusahaan.

1.5.2 Kinerja Karyawan

Menurut **Anwar** mengemukakan bahwa: "Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya" (Anwar Prabu Mangkunegara , 2009:67)

Menurut **Sedarmayanti** mengungkapkan bahwa : "Kinerja merupakan terjemahan dari performance yang berarti Hasil kerja seorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur (dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan)." Sedarmayanti (2011:260)

Menurut **Luthans** , kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seorang yang melakukan pekerjaan (Luthans, 2005:165)

Menurut **Dessler** Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang diterapkan (Dessler, 2000:41).

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

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

Aspek-aspek diatas sejalan dengan. bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya.

(Prabu Mangunegara 2010: 67)

1.6 Metode Penelitian

1.6.1.1 Lokasi Penelitian

Di PT.Antar Surya Media (Harian Surya), yang terletak di Rungkut III no 68-70 Surabaya , yang letak lokasinya sangat strategis karena berdekatan dengan PT.SIER sehingga mempermudah peneliti melakukan penelitian nya . Alasan peneliti tertarik untuk meneliti adalah dimana peneliti sebelum nya melakukan pelatihan kerja lapangan di PT.Antar surya media dan menurut pengamatan penulis dikarenakan kinerja karyawan pada PT.Antar surya media menurun , banyak karyawan yang meninggalkan ruangan saat bekerja , dan sering terlambat . Hal ini dikarenakan kurang adanya komunikasi antara pimpinan dan bawahan sehingga para karyawan kurang disiplin dalam bekerja . Guna meningkatkan kinerja karyawan yang tinggi , maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan permasalahan tersebut dengan alasan bahwa aktivitas internal public relation untuk meningkatkan kinerja karyawan menjadi salah satu yang terpenting dalam pengembangan sumber daya manusia , komunikasi perusahaan , serta dapat meningkatkan kinerja karyawan .

1.6.2 Subjek Penelitian

Yang menjadi Subjek Penelitian ini adalah terdiri dari Bagian Public Relation PT.Antar Surya Media & Karyawan PT.Antar Surya Media . Karena peneliti ingin mengetahui bagaimana aktivitas internal Public Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan PT.Antar Surya Media

1.6.3 . Fokus Penelitian

Yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah aktivitas internal public relation dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar surya media

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti pada kenyataan . Dengan observasi dapat kita peroleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan social yang sukar diperoleh dengan metode lain . Observasi diperlukan untuk menjajaknya .

Dari hasil ini kita dapat memperoleh hasil yang lebih jelas tentang masalah-masalah dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkan nya . (*Nasution , 1996 : 106*)

Dalam penelitian ini , peneliti menggunakan pengamatan sebagai pemeran serta (Observasi Partisipan) , yakni terjun langsung .

Disini pnelitian mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan responden yang ada kaitannya dengan objek penelitian . Data observasi berupa deskripsi yang factual , cermat dan terinci mengenai keadaan lapangan kegiatan manusia dan situasi social serta konteks dimana kegiatan itu terjadi (*Kriyantoro, 2006: 108*)

b. Wawancara

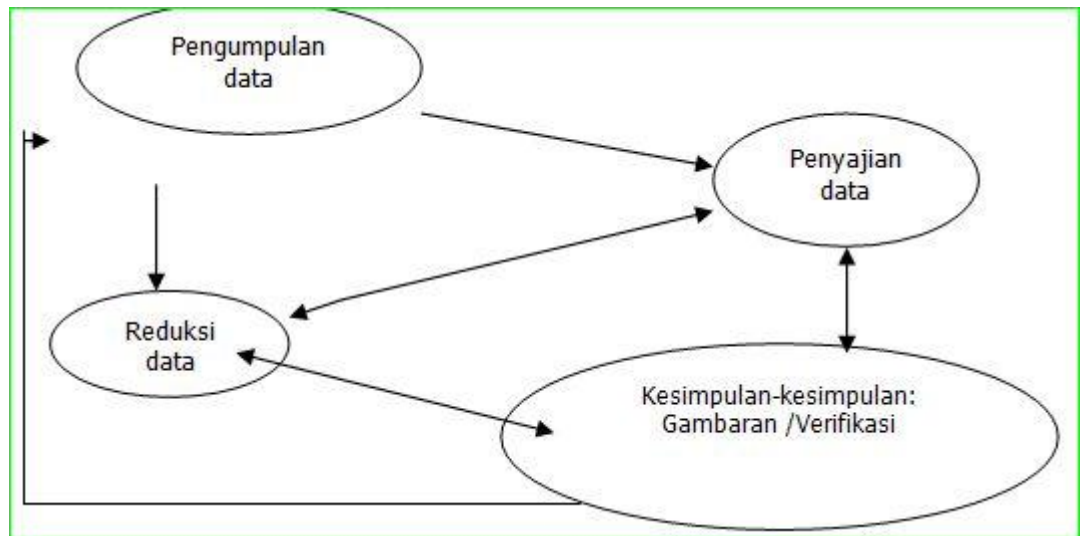
Pengertian wawancara menurut P. Joko Subagyo (2011:39) adalah sebagai berikut :

“Suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. wawancara bermakna berhadapan langsung antara *interview* dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.” . (Subagyo , 2011:39)

Wawancara dengan tujuan percakapan tertentu. Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian. (Moleong , 1991:135)

1.6.5 Teknik Analisa Data

Merupakan upaya mencari data dan menata secara sistematis catatan hasil observasi , wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sesuai dengan jenis penelitian maka penulis menggunakan metode penelitian analisa interaktif , yaitu penulis memberikan gambaran mengenai obyek penelitian sebagaimana adanya , setelah data terkumpul dan informasi yang penulis harapkan baik data primer maupun sekunder kemudian dibandingkan dengan teori yang dipelajari . Hasil perbandingan tersebut diharapkan dapat dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang sekiranya bermanfaat bagi lembaga (Muhadjir , 1990 : 71)



Menurut (Miles dan Huberman ,1984: 23). Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif adalah catatan alami, (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami . Catatan reflektif adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya

2 . Reduksi Data

Setelah data terkumpul, selanjutnya dibuat reduksi data, guna memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang hasil temuan dan maknanya. Pada proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkenaan dengan permasalahan penelitian saja yang direduksi. Sedangkan data yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian dibuang. Dengan kata lain reduksi data digunakan untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak penting, serta mengorganisasikan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

3 . Penyajian Data

Penyajian data dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik dan tabel. Tujuan sajian data adalah untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini, agar peneliti tidak kesulitan dalam penguasaan informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian, maka peneliti harus membuat naratif, matrik atau grafik untuk memudahkan penguasaan informasi atau data tersebut. Dengan demikian peneliti dapat tetap menguasai data dan tidak tenggelam dalam kesimpulan informasi yang dapat membosankan.

Hal ini dilakukan karena data yang terpecah-pecah dan kurang tersusun dengan baik dapat mempengaruhi peneliti dalam bertindak secara ceroboh dan mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak mendasar. Untuk display data harus disadari sebagai bagian dalam analisis data.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

Sejak awal penelitian, peneliti selalu berusaha mencari makna data yang terkumpul. Untuk itu perlu mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya. Kesimpulan yang diperoleh mula-mula bersifat tentatif, kabur dan diragukan akan tetapi dengan bertambahnya data baik dari hasil wawancara maupun dari hasil observasi dan dengan diperolehnya keseluruhan data hasil penelitian. Kesimpulan– kesimpulan itu harus diklarifikasikan dan diverifikasikan selama penelitian berlangsung. Data yang ada kemudian disatukan ke dalam unit-unit informasi yang menjadi rumusan kategori-kategori dengan berpegang pada prinsip holistik dan dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan. Data mengenai informasi yang dirasakan sama disatukan ke dalam satu kategori, sehingga memungkinkan untuk timbulnya kategori baru dari kategori yang sudah ada. (Miles dan Huberman , 1984: 23)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Pendahuluan

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Boby Hartant (2012)	Pengaruh Internal Public Relation terhadap Motivasi kerja Karyawan PT.Pelindo Sakti Bersama	Peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif sebagai cara dasar pelaksanaan penelitian yang akan dituangkan dalam bentuk kuesioner sebagai bahan acuan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada karyawan PT. Panelindo Sakti Bersama. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa peranan Internal Public Relations berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Panelindo Sakti Bersama. Simpulan yang didapat dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh peranan internal Public Relations terhadap motivasi Kerja. Adapun pengaruhnya adalah positif sebesar 0,558.
2	Eka Sari Wahyuni (2007)	Pengaruh aktivitas Internal Public Relation terhadap Motivasi Kerja Karyawan	Aktivitas internal yaitu aktivitas yang dilakukan oleh PR untuk menjalin hubungan dengan publik yang berada didalam perusahaan. Internal PR berfungsi membina sikap mental para karyawan, menumbuhkan semangat kelompok, mendorong tumbuhnya rasa kesadaran dan tanggungjawab memajukan perusahaan. Bertolak dari latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh

			<p>aktivitas internal public relations terhadap motivasi kerja karyawan. Dan jika ada pengaruh, seberapa besar pengaruh aktivitas internal public relations terhadap motivasi kerja karyawan. Kemudian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh aktivitas internal public relations terhadap motivasi kerja karyawan dan jika ada maka akan dicari seberapa besar pengaruh aktivitas internal public relations terhadap motivasi kerja karyawan.</p>
3	Ana Safitri (2013)	Aktivitas Internal Humas dalam memotivasi kerja karyawan di Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur	<p>Humas mempunyai peran yang positif dalam memotivasi kerja karyawan yang mana dapat diamati dari penghargaan yang diberikan oleh pimpinan , pimpinan memberikan perhatian kepada pekerja antara lain , dialog terbuka dengan karyawan , dengan pimpinan kelompok . adapun faktor lain yang berpengaruh dalam memotivasi kerja adalah interaksi pimpinan dan karyawan , hubungan antar pekerja , lingkungan kerja yang kondusif , memberikan perasaan aman di masa depan , menempatkan karyawan sesuai dengan kemampuannya .</p>
4	Paula T. (2018)	Peranan Internal PR dalam meningkatkan motivasi kerja pada perusahaan PT. Bank Tabungan Negara Tbk di kota Medan.	<p>Peran PR bukan hanya sekedar menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat luas, namun juga menjalin komunikasi yang sangat baik dengan seluruh karyawan di dalam perusahaan , Melakukan pembinaan hubungan yang harmonis antara pemimpin manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Ini juga menentukan hasil hidup matinya sebuah perusahaan.</p>

5	Yugih setyanto	Membangun Komunikasi Internal PR dalam Perusahaan	Public relations memiliki fungsi manajemen dalam perusahaan. Proses yang dijalankan public relations sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial yang terdiri dari fact finding, planning, communications dan evaluation. Selain itu public relations pun menjalankan kegiatan internal untuk membangun komunikasi yang baik antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan sehingga menciptakan suasana kerja yang kondusif. Komunikasi internal dalam perusahaan menjadi elemen penting dalam menciptakan iklim kerja yang baik terutama dalam perusahaan yang karyawannya memiliki latarbelakang budaya dan sosial yang majemuk. Makalah ini membahas public relations dalam mendukung komunikasi internal di perusahaan.
---	----------------	---	--

Judul Penelitian dalam Skripsi ini adalah **AKTIVITAS INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT.ANTAR SURYA MEDIA** . Adapun beberapa penelitian yang telah dipaparkan diatas yang digunakan peneliti sebagai bahan pijakan untuk melakukan penelitian , memiliki kesamaan dalam penggunaan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian , ruang lingkup penelitian , focus penelitian , serta tujuan penelitian . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas internal public relation dalam meningkatkan kinerja karyawan PT.Antar Surya

Media . Objek penelitian ini adalah PT.Antar Surya Media dengan mengambil focus pada aktivitas internal public relations .

Menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya , pada dasarnya untuk mendapatkan hasil dari tujuan suatu perusahaan sangat dibutuhkan dukungan dari para karyawan yang ada didalam perusahaan . Untuk itu adanya aktivitas internal public relation dalam membangun hubungan yang baik sangatlah penting sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai . Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa interaktif .

2.2 . Kajian Pustaka

2.2.1 Internal Public Relation

Menurut Denny Griswold dalam bukunya *your public relations* mengatakan bahwa “ Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan internal public relation (Griswold , 1984). Hal ini dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan segala kepentingan-kepentingan seluruh pegawai yang ada didalam perusahaan .

Internal Public Relations menurut (suhandang, 2004:74). dimaksudkan sebagai salah satu bentuk dari Public Relations yang menitik beratkan kegiatannya kadalam . Internal Public Relations, melalui kegiatannya, dilaksanakan untuk menciptakan komunikasi yang bersifat “two ways communications”.

Internal Public Relations adalah usaha-usaha untuk dapat lebih mengeratkan hubungan antara para karyawan, agar mereka lebih dapat mengenal satu sama lainnya termasuk keluarganya, maka kegiatan-kegiatan olah raga, darma wisata, ajang sono dan

kegiatan-kegiatan lainnya dapat dilakukan dan fasilitas-fasilitasnya disediakan (Abdurrachman Oemi , 1995: 34).

Internal Public Relations yang baik adalah memperlakukan sikap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membedakan karyawan. Salah satu usaha Internal Public Relations yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan, diantaranya mengadakan upgrading atau memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat karyawan. Internal Public Relations pada intinya merupakan bentuk dari Public Relations yang menitikberatkan kegiatannya kedalam.

Menurut H. Frazier Moore dan Frank B. Kalupa , Pada dasarnya dalam internal Public Relations ada dua yang harus diperhatikan dalam komunikasi agar dapat secara maksimal yakni:

- a. Tidak semua keterbukaan selalu baik.
- b. Makin banyak komunikasi tidak selalu baik.

Pengertian public juga dalam hal ini dibatasi kepada pengertian sekelompok individu yang terlibat pada satu kegiatan , dan diikat oleh satu perhatian dan kepentingan guna mencapai tujuan . Oleh sebab itu public dalam kegiatan public relation ini dapat dilihat dalam bentuk :

2.2.1.1 Hubungan dengan Public Karyawan (Employee Relation)

Merupakan salah satu bentuk internal Public Relation yang menitik beratkan kepada hubungan antara pimpinan perusahaan dengan karyawan , Karyawan dalam hal ini mencakup kepada bentuk kegiatan (Djaja ,1985: 26-27) :

- Penempatan dan pemindahan Karyawan
- Penerimaan pegawai baru
- Kenaikan pangkat dan kondisi Karyawan
- Pemutusan Hubungan kerja
- Pensiun dan Jaminan Sosial

Tiap anggota dari badan atau perusahaan itu , dari tingkat pimpinan sampai pada pesuruh , merupakan Public Relation Officer yang tidak resmi . Karyawan atau pekerja merupakan asset yang cukup penting dalam suatu perusahaan . Nyatanya karyawan itu sendiri terikat erat dengan status atau kedudukan yang saling berbeda antara satu orang dengan yang lainnya , mempunyai perbedaan-perbedaan yang cukup mencolok .

Misal dapat dilihat dari tingkat

- a. Kemampuan , sendiri adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas yang diembannya .
- b. Pengalaman , sendiri adalah kejadian yang pernah dialami (dijalani , dirasai , ditanggung) yang sudah lama terjadi atau baru baru terjadi pada diri seseorang dan belajar dari pengalaman ada pelajaran yang bisa di ambil .

- c. Pendidikan , sendiri adalah pembelajaran pengetahuan , ketrampilan yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran maupun pelatihan .
- d. Pangkat , sendiri adalah kedudukan yang menunjukkan tingkat seorang berdasarkan jabatannya dalam rangkaian sistem kepegawaian
- e. Gaji , sendiri adalah suatu bentuk pembayaran periodik dari seorang atasan kepada karyawan yang dinyatakan dalam suatu kontrak.
- f. Usia , sendiri adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk dan lain sebagainya .

Akan tetapi pada prinsipnya karyawan tersebut memiliki keinginan yang sama terhadap pihak pimpinan atau perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Upah yang diberikan cukup dan layak
2. Ingin mendapat perlakuan yang adil dan sama dalam hal kesempatan untuk berkarir
3. Iklim tempat kerja yang kondusif dan penuh ketenangan serta mendapatkan penghargaan yang baik dari pimpinan .
4. Keinginan-keinginan atau perasaan yang mendapat saluran positif dan diakui atau di hargai oleh perusahaan atau pimpinan (Abdulrahman ,2001:32)

2.2.1.2 Bentuk Kegiatan Employee Relation :

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan : Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (skill karyawan dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.)
- b. Program Motivasi Kerja Berprestasi : Program ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.
- c. Program Penghargaan : Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.
- d. Program Acara Khusus : Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya acara gathering, berpiknik bersama yang di hadiri pimpinan yang semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.
- e. Program Media Komunikasi Internal : Membentuk program media komunikasi internal melalui bulletin , news release, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dengan pimpinan (Ruslan, 2002:260).

Melalui kegiatan employee relations diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang tinggi dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Disamping itu akan mengurangi timbulnya dampak negatif terhadap manajemen suatu perusahaan seperti akan timbulnya rasa kejenuhan, kebosanan, bagi para pekerjanya yang nantinya akan berakibat pada rendahnya loyalitas dan produktivitas karyawan kepada perusahaan

2.2.1.3 Peran Employee Relation :

1. Bagaimana spririt kerja dari karyawan, bisa dilihat dari prestasi kerja, banyaknya barang yang dihasilkan, kualitas layanan yang diberikan, adanya kepuasan consume, jam kerja dsb
2. Faktor-faktor yang disenangi atau yang tidak disenangi para karyawan, harapan-harapan karyawan, misalnya upahnya cukup, perlakuan yang adil, ketenangan kerja, perasaan diakui, penghargaan atas hasil kerja dan sebagai penyalur perasaan
3. Dalam bidang apa perbaikan dapat dilaksanakan sesuai dengan keinginan karyawan apabila tidak merugikan organisasi atau institusi ditinjau dari segi tujuannya
4. Mencari situasi yang paling tepat untuk mengadakan perubahan supaya kedua belah pihak baik karyawan maupun instansi dapat menikmati keuntungan dari suasana kerja tersebut

2.2.1.4 Bentuk Kegiatan Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan :

1. Memberikan Apresiasi Berupa Bonus , Penghargaan , Maupun Kenaikan Jabatan

Memberikan penghargaan kepada karyawan atas peningkatan kerja sekecil apa pun juga bisa menjadi pelecut semangat kerja karyawan. Penghargaan ini bisa berupa bonus tahunan, insentif bulanan, maupun kenaikan jabatan jika memang kinerjanya sangat bagus. Biasanya pada PT.ANTAR SURYA MEDIA memberikan Bonus yang berupa bonus gaji dan memberikan penghargaan pada setiap tahun nya ketika memperingati HUT pada PT.ANTAR SURYA MEDIA yang dapat berupa Elektronik maupun Uang Tunai .

Namun begitu, pemberian apresiasi ini jangan sampai menimbulkan rasa iri pada karyawan yang lain. Dengan kata lain, sebagai pemimpin, harus melakukan pengamatan dan penilaian yang adil pada semua karyawan. Pemberian bonus harus benar-benar disesuaikan kinerja masing-masing karyawan. Dengan begitu, setiap karyawan secara otomatis akan memperbaiki kinerjanya sendiri.

2. Mendengarkan dan Menghargai Ide-Ide Karyawan

Pemimpin yang berwibawa bukanlah pemimpin yang dengan selalu tegas dalam menerapkan aturan perusahaan. Seorang pemimpin akan mempunyai wibawa saat ia mampu mendengarkan dan menghargai setiap ide yang dimiliki karyawannya.

Mendengarkan ide karyawan tidak hanya ber dampak pada performa seorang pemimpin, namun juga dapat meningkatkan kinerja dari karyawan itu sendiri. Karyawan akan merasa dihargai dan dianggap berarti dalam perusahaan tersebut. Tumbuhnya perasaan diperlukan oleh perusahaan inilah yang akan mendorongnya untuk bekerja lebih aktif untuk kemajuan perusahaan.

3. Sering Muncul saat Karyawan Bekerja

Hadirnya Anda sebagai pimpinan tertinggi perusahaan, pastinya akan memberikan semangat tersendiri di hati karyawan. Secara psikologi pun, seorang karyawan tidak mungkin akan malas-malasan jika seorang pimpinan ada di dekatnya.

Bahkan, akan lebih baik lagi jika Anda juga membantu karyawan saat mereka mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas-tugasnya. Uluran tangan Anda akan membuat kharisma Anda semakin meningkat. Tidak hanya itu, para karyawan pun semakin semangat untuk menjalankan tugas mereka masing-masing.

4. Liburan atau acara gathering

Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya acara gathering pada suatu tempat , berpiknik bersama yang di hadiri pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.

Hal yang dapat diperhatikan untuk dapat meningkatkan kinerja karyawan :

1. Berikan Kebebasan dalam Menuangkan Kreativitas

Perlu menjelaskan bagaimana proses kerja berlangsung, selebihnya biarkan karyawan mengeksplor kemampuan yang selama ini telah didapatkan saat menjalani pendidikan di bangku kuliah. Terlebih lagi bagi karyawan yang memang baru saja merasakan bekerja, tentu mereka akan sangat menyukai tantangan dan suka kebebasan. Inilah saatnya untuk memberikan sedikit kelonggaran bagi mereka untuk berkembang dan menuangkan ide-ide kreatif mereka

2. Terbuka Kepada Karyawan

Sebelum karyawan diberikan deretan tugas yang harus diselesaikan, ada baiknya menjelaskan terlebih dahulu apa saja yang harus dicapai oleh perusahaan mulai dari visi, program kerja dan sebagainya. Jika perlu, tak ada salahnya juga perusahaan mengadakan sebuah pelatihan kepada seluruh karyawan. Hal ini tentu bertujuan agar setiap karyawan mengetahui peran dan tanggung jawab masing-masing, sehingga bisa memudahkan mereka dalam menuangkan ide kreatif dan menyelesaikan tugas-tugasnya dengan baik. Selain itu, jika memang adanya kesalahan perusahaan, tak ada salahnya terbuka kepada seluruh karyawan dan segeralah perbaiki dengan cepat. Dengan adanya keterbukaan perusahaan, bisa membuat karyawan merasakan saling memiliki sehingga mudah bagi mereka untuk terus memajukan dan mengembangkan perusahaan.

3. Penuhi hak karyawan

Hak-hak karyawan yang dimaksud meliputi gaji dan kenaikannya tiap tahun, Tunjangan Hari Raya, tunjangan kesehatan, komunikasi, dan lain-lain sesuai kesepakatan dalam kontrak kerja. Jangan sampai terjadi Anda lalai memberikannya karena lupa.

4. Reward dan punishment

Reward dan punishment efektif untuk mempertahankan karyawan berkualitas. Jika seorang karyawan kinerjanya unggul atau menghasilkan profit besar bagi perusahaan, tidak ada salahnya diberi penghargaan. Penghargaan bisa berupa jalan-jalan baik ke luar negeri ataupun dalam negeri, bonus berupa uang, atau perhiasan. Namun ada kalanya penghargaan tidak berupa hadiah yang mahal. Misalnya berikan satu hari off atau kue jika karyawan Anda mencapai target atau memberikan keuntungan bagi perusahaan.

5. Jenjang Karier

Jenjang karier erat kaitannya dengan motivasi kerja. Sebagai contoh, sudah lima tahun ini Fany bekerja sebagai financial advisor sebuah perusahaan asuransi dan belum juga diangkat menjadi unit manager. Akibatnya, ia jadi kehilangan motivasi kerja dan target marketingnya tidak tercapai. Malahan ia berpikir untuk melamar kerja ke tempat kerja baru. Walau perbedaan gajinya kadang tak terlalu signifikan, jenjang karier tetap jadi prioritas para karyawan.

6. Training dan Pelatihan

Ada kalanya skill karyawan perlu ditambah seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Maka mengadakan training dan pelatihan perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Misalnya, programmer dalam perusahaan Anda diikutkan dalam training, pelatihan, atau seminar pemrograman. Training dan pelatihan ini diharapkan dapat menyegarkan dan menambah cakrawala berpikir para karyawan

Sedangkan, Kegiatan public relation kedalam perusahaan sangat di perlukan untuk memupuk adanya suasana yang menyenangkan diantara para karyawan nya, komunikasi antara bawahan dan pimpinan atau atasan terjalin dengan akrab dan tidak kaku, serta meyakini rasa tanggung jawab akan kewajibannya terhadap perusahaan.

2.2.2 Public Relations

Public relation adalah proses interaksi dimana public relation menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.

Menurut (Indrawati Tamin :2011), menyatakan bahwa ada empat peran yang dapat dimainkan oleh public relations yaitu: Interpreter atau in the middle Lubricant (pelumas atau pelicin), Pemonitoring dan pengevaluasi, dan Komunikasi.

Adapun yang dimaksud dengan masing-masing yang telah disebutkan adalah:

1. Interpreter atau in the middle (Penerjemah)

Yaitu public relations berperan sebagai sumbu antara manajemen dengan publik internal maupun eksternal. Public relations harus mampu menginterpretasikan dinamika dan kebutuhan serta perilaku public terhadap manajemen dan sebaliknya. Untuk bisa memikul peran ini, public relations harus mempunyai akses pada manajemen bahkan top manajemen. Peran ini sering disebut juga sebagai fasilitator komunikasi (komunikator/mediator).

2. Lubricant (pelumas atau pelicin)

Dalam menciptakan hubungan internal yang harmonis dan efisien seorang public relations berperan sebagai pelumas atau pelicin. Peran ini memungkinkan public relations mencegah timbulnya kemungkinan perpecahan dalam organisasi melalui komunikasi yang efektif. Misalnya dalam suatu pertemuan/rapat dengan pihak internal organisasi untuk menentukan suatu kebijakan baru perusahaan/organisasi ataupun yang lainnya, seorang public relation membantu pimpinan menjelaskan kembali apa yang telah disampaikan pimpinan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan publik internal pun dapat menafsirkan/mengerti dengan jelas apa yang dipaparkan/dikatakan oleh seorang public relation tanpa menimbulkan permasalahan.

3. Pemonitoring dan pengevaluasi

Seorang public relation berperan untuk mengantisipasi setiap perubahan yang mungkin saja berdampak negatif terhadap organisasi. Dalam hal ini, public relation haruslah pandai dalam mengawasi setiap tindakan public (pemonitoring) dan mengevaluasi (pengevaluasi) semua kegiatan yang berhubungan dengan publik. Pada tahapan evaluasi ini dilakukan perbaikan-perbaikan untuk menciptakan hubungan yang harmonis diantara publik suatu organisasi. Misalnya ketika perusahaan/organisasi mengadakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan publik, seorang public relation harus standby memonitoring (memantau) kegiatan tersebut dari awal hingga akhir dan setelah kegiatan tersebut selesai dilaksanakan kemudian ikut mengevaluasi terkait kelebihan dan kekurangan dari diadakannya kegiatan tersebut.

4. Komunikasi

Seorang public relation harus mampu menggunakan teknik-teknik komunikasi yang efektif kepada publik internal maupun eksternal untuk terciptanya saling pengertian. Dengan begitu semua informasi dapat tersampaikan secara langsung dan dapat diterima dengan baik oleh publik (tidak terjadi prasangka yang buruk).

Public relation sendiri , adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi secara intenal maupun eksternal untuk mendapatkan citra baik , juga sebagai yang menjembatani antar atasan dengan karyawan .

Sedangkan aktifitas internal yang perlu di perhatikan public relation :

1. Communicator

Kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan (spoken person) atau tatap muka dan sebagainya.

Di samping itu, humas juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.

2. Relationship

Kemampuan peran humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, humas berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak (manajemen/ pimpinan dan khalayak).

3. Back up Management

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/ institusi atau organisasi.

4. Good Image Maker

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas public relations dalam melaksanakan manajemen

kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga atau organisasi dan produk yang diwakilinya.

Tujuan utama dari public relation adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan (Davis, 2003).

Menurut (Rosady Ruslan 2001, 246) tujuan public relation adalah sebagai berikut:

- a. Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
- b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relation.
- d. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
- e. Mendukung bauran pemasaran.

- **Manfaat Public Relation**

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan

menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.

4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.2.3 Kinerja Karyawan

Kinerja menurut (Sulistiyani ,2003 : 223) merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya. Sedangkan menurut (Bernandin dan Russel ,2003 : 223) menyatakan bahwa kinerja merupakan catatan outcome yang dihasilkan dari fungsi pegawai tertentu atau kegiatan yang dilakukan selama periode waktu tertentu.

Kinerja apabila dikaitkan dengan performance sebagai kata benda (noun), maka pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Rivai & Basri, 2004 : 11).

Dilihat dari sudut pandang ahli yang lain, kinerja adalah banyaknya upaya yang dikeluarkan individu pada pekerjaannya (Robbins, 2001: 51). performansi adalah catatan yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan tertentu atau kegiatan selama periode waktu tertentu. (Robbins, 2001: 51).

Menurut (Sinambela, 2016: 356) mengemukakan bahwa kinerja pegawai didefinisikan sebagai kemampuan pegawai dalam melakukan sesuatu keahlian tertentu. Kinerja pegawai sangatlah perlu, sebab dengan kinerja ini akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Untuk itu diperlukan penentuan kriteria yang jelas dan terukur serta ditetapkan secara bersama-sama yang dijadikan sebagai acuan.

Menurut (Simamora,1995 :500), kinerja karyawan adalah tingkat terhadap mana para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan.

Menurut Byars dan Rue dalam Harsuko 2011 , kinerja merupakan derajat penyusunan tugas yang mengatur pekerjaan seseorang. Jadi, kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan atau menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan.

Menurut (As'ad, 1998: 48) kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Menurut Withmore (1997 dalam Mahesa 2010) mengemukakan kinerja merupakan ekspresi potensi seseorang dalam memenuhi tanggung jawabnya dengan menetapkan standar tertentu. Kinerja merupakan salah satu kumpulan total dari kerja yang ada pada diri pekerja.

Menurut (Harsuko ,2011: 213), kinerja adalah sejauh mana seseorang telah memainkan baginya dalam melaksanakan strategi organisasi, baik dalam mencapai sasaran khusus yang berhubungan dengan peran perorangan dan atau dengan memperlihatkan kompetensi yang dinyatakan relevan bagi organisasi. Kinerja adalah

suatu konsep yang multi dimensional mencakup tiga aspek yaitu sikap (*attitude*), kemampuan (*ability*) dan prestasi (*accomplishment*).

Berdasarkan uraian tersebut di atas dengan pencatatan hasil kerja (proses) yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja pegawainya, maka kinerja karyawan harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi.

Pada umumnya orang-orang yang berkecimpung dalam manajemen sumber daya manusia sependapat bahwa penilaian ini merupakan bagian penting dari seluruh proses kegunaan karyawan yang bersangkutan. Hal ini penting juga bagi perusahaan dimana karyawan tersebut bekerja. Bagi karyawan, penilaian tersebut berperan sebagai umpan balik tentang berbagai hal seperti kemampuan, kelebihan, kekurangan, dan potensi yang pada gilirannya bermanfaat untuk menentukan tujuan, jalur, rencana dan pengembangan karir.

Dan bagi organisasi atau perusahaan sendiri, hasil penilaian tersebut sangat penting artinya dan peranannya dalam pengambilan keputusan tentang berbagai hal, seperti identifikasi kebutuhan program pendidikan dan pelatihan, rekrutment, seleksi, program pengenalan, penempatan, promosi, sistem imbalan dan berbagai aspek lain dari proses dari manajemen sumber daya manusia secara efektif. Pada dasarnya kinerja yang baik adalah kinerja yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan. Akan tetapi didalam kinerja tersebut mesti harus memiliki beberapa kriteria

agar meningkatnya produktiitas sehingga apa yang diharapkan Perusahaan tersebut biasa berjalan sesuai apa yang di inginkan.Tentunya itu semua tidaklah muda membalikan telapak tangan akan mesti ada peran langsung ke ikut sertaan dalam manajemen untuk bisa mengkontrol dan memberikan teknik cara agar bagaimana bisa terjaminnya mutu dan kualitas sehingga karyawan bisa dengan mudah bekerja tanpa ada rasa terbebenani dan hubungan antara pihak manajemen dengan bawahan semakin kuat.

Untuk meningkatkan produktivitas seorang karyawan memang tidak mudah, karena tidak cukup hanya dengan terus mendorong ataupun memberi motivasi kepada mereka untuk bekerja lebih keras, karena dalam menunjang motivasi kepada karyawan di butuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Banyak strategi yang bisa dilakukan oleh seorang pemimpin atau leader dalam perusahaan, yaitu diantaranya:

1) Memberikan lingkungan kerja yang baik, strategi ini merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan produktivitas para karyawan dalam perusahaan. Lingkungan kerja yang dimaksud disini yaitu berupa fasilitas kerja, suasana kerja, interaksi dengan sesama karyawan, keamanan dan keselamatan kerja. Sehingga dengan begitu karyawan akan selalu merasa nyaman dan optimis dalam bekerja.

2) Memberikan pelatihan, pelatihan atau training akan berpengaruh besar pada kinerja karyawan. karena dengan adanya pelatihan mampu menambah pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam bekerja selain itu juga untuk meningkatkan pola pikir dari karyawan tersebut. *Cara meningkatkan produktivitas karyawan* dengan pelatihan sangat

penting bagi setiap karyawan di perusahaan supaya dapat bekerja secara profesional terutama bagi karyawan baru.

3) Melakukan pengawasan, peningkatan produktivitas karyawan yaitu dengan pengawasan disini terdiri dari pengawasan atasan secara langsung dan sistem pengendalian manajemen, strategi ini perlu dilakukan supaya karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya dapat segera diketahui dan dipantau, sehingga bila terjadi penyimpangan dari tujuan atau target yang ditentukan, maka akan segera dapat dilakukan perbaikan.

4) Beri reward dan hukuman pada karyawan, Banyak karyawan yang sebenarnya memiliki potensi yang lebih, namun terkadang mereka takut untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Untuk itu beri mereka reward atas keberhasilan yang diraih sehingga reward tersebut juga akan membantu meningkatkan kemampuannya dan supaya lebih bersemangat dalam bekerja. Selain itu hukuman atau punishment perlu diterapkan karena itu juga dapat menjadi cara meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja, hukuman diterapkan supaya karyawan bekerja sesuai dengan aturan khususnya dalam manajemen waktu.

5) Beri motivasi untuk maju, dengan adanya motivasi maka karyawan akan mendapatkan kekuatan tersendiri dalam bekerja, motivasi menjadi cara meningkatkan produktivitas karyawan yang efektif namun juga harus ditunjang dengan strategi pendukung yang lain untuk meningkatkan kinerja karyawan. (sumber :employee handbooks)

Mutu kerja karyawan secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan. Guna mendapatkan kontribusi karyawan yang optimal, manajemen harus memahami secara mendalam strategi untuk mengelola, mengukur dan meningkatkan kinerja, yang dimulai terlebih dahulu dengan menentukan tolak ukur kinerja. Ada beberapa syarat tolak ukur kinerja yang baik, yaitu:

- a. Tolak ukur yang baik, haruslah mampu diukur dengan cara yang dapat dipercaya.
- b. Tolak ukur yang baik, harus mampu membedakan individu-individu sesuai dengan kinerja mereka.
- c. Tolak ukur yang baik, harus sensitif terhadap masukan dan tindakan-tindakan dari pemegang jabatan.
- d. Tolak ukur yang baik, harus dapat diterima oleh individu yang mengetahui kinerjanya sedang dinilai.

b. Kriteria-Kriteria Kinerja

Kriteria kinerja adalah dimensi-dimensi pengevaluasian kinerja seseorang pemegang jabatan, suatu tim, dan suatu unit kerja. Secara bersama-sama dimensi itu merupakan harapan kinerja yang berusaha dipenuhi individu dan tim guna mencapai strategi organisasi.

Menurut (Schuler dan Jackson ,2004:11)bahwa ada 3 jenis dasar kriteria kinerja yaitu:

1. Kriteria berdasarkan sifat memusatkan diri pada karakteristik pribadi seseorang karyawan. Loyalitas, keandalan, kemampuan berkomunikasi, dan keterampilan memimpin merupakan sifat-sifat yang sering dinilai selama proses penilaian. Jenis kriteria ini memusatkan diri pada bagaimana seseorang, bukan apa yang dicapai atau tidak dicapai seseorang dalam pekerjaannya.

2. Kriteria berdasarkan perilaku terfokus pada bagaimana pekerjaan dilaksanakan. Kriteria semacam ini penting sekali bagi pekerjaan yang membutuhkan hubungan antar personal. Sebagai contoh apakah SDM-nya ramah atau menyenangkan.

3. Kriteria berdasarkan hasil, kriteria ini semakin populer dengan makin ditekannya produktivitas dan daya saing internasional. Kriteria ini berfokus pada apa yang telah dicapai atau dihasilkan ketimbang bagaimana sesuatu dicapai atau dihasilkan.

Menurut Bernandin & Russell (2001 dalam Riani 2011) kriteria yang digunakan untuk menilai kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

1) *Quantity of Work* (kuantitas kerja): jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode yang ditentukan.

2) *Quality of Work* (kualitas kerja): kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan ditentukan.

3) *Job Knowledge* (pengetahuan pekerjaan): luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.

4) *Creativeness* (kreativitas): keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.

5) *Cooperation* (kerja sama): kesedian untuk bekerjasama dengan orang lain atau sesama anggota organisasi.

6) *Dependability* (ketergantungan): kesadaran untuk mendapatkan kepercayaan dalam hal kehadiran dan penyelesaian kerja.

7) *Initiative* (inisiatif): semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung jawabnya.

8) *Personal Qualities* (kualitas personal): menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramah-tamahan dan integritas pribadi.

C. Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan penilaian kinerja menurut Riani (2013) terdapat pendekatan ganda terhadap tujuan penilaian prestasi kerja sebagai berikut:

1. Tujuan Evaluasi

Hasil-hasil penilaian prestasi kerja digunakan sebagai dasar bagi evaluasi reguler terhadap prestasi anggota-anggota organisasi, yang meliputi:

a) Telaah Gaji. Keputusan-keputusan kompensasi yang mencakup kenaikan *merit-pay*, bonus dan kenaikan gaji lainnya merupakan salah satu tujuan utama penilaian prestasi kerja.

b) Kesempatan Promosi. Keputusan-keputusan penyusunan pegawai (*staffing*) yang berkenaan dengan promosi, demosi, transfer dan pemberhentian karyawan merupakan tujuan kedua dari penilaian prestasi kerja.

2. Tujuan Pengembangan

a) Informasi yang dihasilkan oleh sistem penilaian prestasi kerja dapat digunakan untuk mengembangkan pribadi anggota-anggota organisasi.

b) Mengukuhkan dan Menopang Prestasi Kerja. Umpan balik prestasi kerja (*performance feedback*) merupakan kebutuhan pengembangan yang utama karena hampir semua karyawan ingin mengetahui hasil penilaian yang dilakukan.

c) Meningkatkan Prestasi Kerja. Tujuan penilaian prestasi kerja juga untuk memberikan pedoman kepada karyawan bagi peningkatan prestasi kerja di masa yang akan datang.

d) Menentukan Tujuan-Tujuan Progresi Karir. Penilaian prestasi kerja juga akan memberikan informasi kepada karyawan yang dapat digunakan sebagai dasar pembahasan tujuan dan rencana karir jangka panjang.

e) Menentukan Kebutuhan-Kebutuhan Pelatihan. Penilaian prestasi kerja individu dapat memaparkan kumpulan data untuk digunakan sebagai sumber analisis dan identifikasi kebutuhan pelatihan.

D . Ukuran Meningkatnya Kinerja Karyawan

- a) Semakin Bergairah nya kerja karyawan
- b) Semakin Tepat waktu dalam menjalankan tugas yang diembanya
- c) Semakin karyawan mempunyai semangat yang tinggi dalam bekerja pada suatu instansi
- d) Semakin mempunyai tanggung jawab terhadap perusahaan di tempat bekerja .

Manfaat dari Penilaian Kinerja Karyawan

Penilaian kinerja karyawan dapat dirasakan manfaatnya oleh ketiga pihak, yaitu karyawan, penilai dan perusahaan. Manfaat yang terutama dirasakan oleh karyawan dari penilaian kinerja adalah :

1. Karyawan dapat termotivasi untuk lebih baik lagi.
2. Dapat meningkatkan kepuasan kerja.
3. Karyawan dapat mengetahui kelebihan dan kelemahannya serta memperbaiki kelemahan dan meningkatkan kelebihan.
4. Dapat mengetahui standard hasil yang ditetapkan.
5. Terjadinya komunikasi yang baik antara atasan dengan karyawannya.
6. Dapat berdiskusi mengenai masalah pekerjaan dan cara atasan dalam mengatasinya.
7. Terjalin hubungan baik antara karyawan dengan atasan.
8. Karyawan dapat melihat lebih jelas konteks pekerjaannya.

Manfaat yang dirasakan penilai adalah sebagai berikut :

1. Penilai dapat mengukur kinerja karyawan dan perbaikan pada masa yang akan datang.
2. Dapat mengembangkan sistem pengawasan.
3. Identifikasi peningkatan nilai pribadi.
4. Meningkatkan kepuasan kerja.
5. Dapat memberikan pemahaman terhadap karyawan tentang rasa takut, percaya diri, harapan dan aspirasi.
6. Dapat mengembangkan dan bertukar ide antara penilai dengan karyawan.

Anwar Prabu Mangkunegara (2009 : 75) mengemukakan bahwa indikator kinerja, yaitu :

1. Kualitas

Kualitas kerja adalah seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.

2. Kuantitas

Kuantitas kerja adalah seberapa lama seorang pegawai bekerja dalam satu harinya. Kuantitas kerja ini dapat dilihat dari kecepatan kerja setiap pegawai itu masing-masing.

3. Pelaksanaan tugas

Pelaksanaan Tugas adalah seberapa jauh karyawan mampu melakukan pekerjaannya dengan akurat atau tidak ada kesalahan.

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab terhadap pekerjaan adalah kesadaran akan kewajiban karyawan untuk melaksanakan pekerjaan yang diberikan perusahaan.

Anwar Prabu Mangkunegara (2009:67) menyatakan bahwa: “Faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah faktor kemampuan (ability) dan faktor motivasi (motivation). Sedangkan menurut Keith Davis dalam Anwar prabu Mangkunegara (2009:67) dirumuskan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah :

Human Performance = Ability + Motivation

Motivation = Attitude + Situation

Ability = Knowledge + Skill

Menurut A. Dale Timple yang dikutip oleh Anwar Prabu Mangkunegara (2006:15) faktor-faktor kinerja terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal :

“Faktor internal yaitu faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Seperti perilaku, sikap, dan tindakan-tindakan rekan kerja, bawahan atau pimpinan, fasilitas kerja, dan iklim organisasi.”

Menurut Sedarmayanti (2011:261), mengemukakan bahwa:

“Penilaian kinerja adalah sistem formal untuk memeriksa/mengkaji dan mengevaluasi secara berkala kinerja seseorang.”

Pengukuran atau penilaian kinerja (*performance measurement*) mempunyai pengertian suatu proses penilaian tentang suatu kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa termasuk informasi atas efisiensi serta efektifitas tindakan dalam mencapai tujuan organisasi. (Moehariato, 2012 : 95)

Dalam penilaian kinerja karyawan tidak hanya menilai hasil fisik, tetapi pelaksanaan pekerjaan secara keseluruhan yang menyangkut berbagai bidang seperti kemampuan kerja, kerajinan, kedisiplinan, hubungan kerja atau hal-hal khusus sesuai dengan bidang dan level pekerjaan yang dijabatnya. Menurut Dessler (2000) ada lima faktor dalam penilaian kinerja yang populer, yaitu:

- a) Prestasi pekerjaan, meliputi: akurasi, ketelitian, keterampilan, dan penerimaan keluaran
- b) Kuantitas pekerjaan, meliputi: volume keluaran dan kontribusi
- c) Kepemimpinan yang diperlukan, meliputi: membutuhkan saran, arahan atau perbaikan
- d) Kedisiplinan, meliputi: kehadiran, sanksi, warkat, regulasi, dapat dipercaya diandalkan dan ketepatan waktu

Menurut Kustadi Suhandang, 2008 membina hubungan baik dengan para karyawan dapat dilakukan melalui kegiatan :

- Pemberian pengumuman-pengumuman pada karyawan melalui chatting maupun di papan dinding
- Buku Pegangan Pegawai , petunjuk karyawan atau petunjuk kebijakan dan prosedur, adalah dokumen yang memberitahukan kepada anggota staf Anda apa yang diharapkan saat mereka bekerja
- Personal Calls , yaitu kegiatan menelepon melalui operator telepon, di mana telepon hanya bisa disambungkan kepadanya bila orang yang dituju ada yaitu sebagai komunikasi atau karyawan
- Pertemuan Berkala , adalah pertemuan yang dilakukan secara berkala antar atasan dengan karyawan
- Kotak Suara (kotak Saran). , adalah kotak dalam berisikan tentang kritik dan saran dengan cara memasukkan lembaran yang sudah diisi oleh pemilih
- Hiburan dan Darmawisata
- Olah Raga
- Study Tour
- Training
- Hadiah-hadiah dan Penghargaan
- Klinik dan Rumah Obat
- Tempat-tempat Ibadah
- Tempat-tempat Pendidikan.

2.2 . Kerangka Teori

Menggunakan Teori Komunikasi Public Relation

Public relations dalam Organisasi. PR sebagai alat manajemen modern, maka secara struktural merupakan bagian internal dari suatu kelembagaan atau organisasi, artinya PR bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut. Sejalan dengan konsep PR yang berkembang kini adalah konsep yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah, menurut Childs (Ngurah, 1999), fungsi dasar PR bukan untuk menampilkan pandangan organisasi atau seni sikap publik, tetapi untuk melakukan rekonsiliasi atau penyesuaian terhadap kepentingan publik setiap aspek pribadi organisasi maupun perilaku perusahaan yang punya signifikan sosial. Jadi disini public relations berfungsi membantu organisasi melakukan penyesuaian terhadap lingkungan tempat organisasi tersebut beroperasi. Konsep tersebut punya konsekuensi penting, karena penyesuaian organisasi mengisyaratkan sebuah fungsi yang berada pada level manajemen organisasi. Konsep ini menekankan pentingnya tindakan-tindakan perbaikan yang harus dilakukan organisasi di samping usaha-usaha untuk berkomunikasi.

Praktisi PR dalam konteks PR sebagai fungsi manajemen harus membantu organisasi dalam membangun filosofi-filosofinya, mencapai tujuan yang ditetapkan,

beradaptasi dengan lingkungannya dan bisa sukses dalam berkompetisi merebut sumber- sumber bagi kelangsungan hidup organisasi.

Seperti yang dikatakan Baskin dan Aronoff (Ngurah,1999), "All managers, indeed, virtually all employees, represent their organization to some public". PR sebagai fungsi komunikasi, perlu dipahami bahwa kegiatan utama PR adalah melakukan komunikasi. PR sebagai fungsi staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Onong (1998) mengemukakan bahwa fungsi PR meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal.

Jadi , keterkaitan teori ini dengan aktivitas internal public relation dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT.ANTAR SURYA MEDIA yakni public relation sebagai komunikator menyampaikan pesan melalui media yakni yang ada pada www.suryaonline.co.id , lalu komunikasi disini yaitu karyawan , yang akan

menimbulkan efek kemudian , terjadinya umpan balik kepada public relation yaitu sebagai komunikator berupa respon yang di berikan kepada komunikan atau karyawan .

BAB III . GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 . Profil Perusahaan



Arti Logo PT.Antar Surya Media ,

SURYA sendiri yang berarti sebagai Matahari sebagai Sumber Kehidupan , Surya sendiri adalah surat kabar harian yang terbit di Surabaya , Jawa Timur sejak 10 November 1989. Sebelumnya terbit dalam format majalah. Kini, Harian Surya terbit 24 halaman dan fokus melayani pembaca di Jawa Timur. Meski media berbasis kertas, Surya juga serius mengembangkan divisi pemberitaan online.

Situsnya yang beralamat di <http://www.surya.co.id> atau <http://surabaya.tribunnews.com> menjadi media paling berpengaruh di Jawa Timur. Dalam sebulan, jutaan netizen mengunjungi portal berita tersebut. Sejak 2014, Harian Surya juga mengembangkan portal online untuk Malang Raya di <http://www.suryamalang.com>

3.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Diawali pada 24 Oktober 1983 di Jalan Bubutan 17 Surabaya sejumlah wartawan yang di pimpin oleh Ivan Harsono, mendirikan PT. Antar Surya Media, Sebuah perusahaan percetakan dan Penerbitan. Pendiri perusahaan ini di motori Post Kota Group, yaitu perusahaan penerbitan di Jakarta yang antara lain mendirikan harian Post Kota.

Perusahaan ini berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang di tuangkan 72 dalam akte pendirian persero no 63 di depan notaris Lukito SH di Surabaya. Akte ini kemudian di sempurnakan dengan akte no 57 tanggal 30 Oktober 1985 di depan notaris yang sama dan selanjutnya di daftarkan dalam lembaran negara dengan nomor 02-1350-NT-0101 tanggal 18 Februari 1986.

Tahun 1986 dengan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers SK Menpeg No. 202/SK/MENPEN/A.7/1986/, Tanggal 28 Juni 1986, PT. Antar Surya Media menerbitkan surat kabar mingguan Surya. Pertumbuhan oplah mingguan ini cukup mengembirakan hingga mencapai 25.000 eksemplar setiap terbit dengan jangkauan distribusi di Surabaya dan beberapa kota di Jawa Timur.

Pada Tahun 1989 Kelompok Kompas Gramedia (Jakarta) yang diantara lain menerbitkan harian Kompas, menjajagi kemudian bekerjasama dengan Post Kota Group. Akhirnya terjadilah kerjasama itu yang kemudian di tandai dengan terbitnya Harian Surya pada 10 November 1989.

Sejak saat itu Pula Divisi di PT. Antar Surya Media bertambah satu yaitu divisi bisnis, dan kegiatan operasional PT. Antar Surya Media khususnya divisi bisnis dan

penerbitan berpindah ke lokasi di Jalan Basuki Rahmat 93-95 Surabaya. Pada 24 maret 1997 divisi bisnis dan divisi penerbitan pindah ke Jalan Raya Margorejo Indah D-108 Surabaya, Gedung PT. Antar Surya Media sendiri dan percetakannya berada di Jalan Kyai Abdul Karim 37-39 Surabaya. Kemudian pada tanggal 16 November 2009 pindah ke Jalan Rungkut Industri No. 68-70 SIER Surabaya dengan alasan supaya antara percetakan dan kantor 73 Redaksi berada dalam satu tempat sehingga memudahkan proses kerja karyawan.

Oplah Harian Surya Juga terus menanjak dari waktu ke waktu dari 75.000 eksemplar perhari sampai pernah mencapai 250.000 perhari dengan jumlah halaman bervariasi dari 16-24.

Bergabungnya Kelompok Kompas Gramedia (KKG) mengelola PT. Antar Surya Media ini membawa pengaruh pada komposisi saham. Jika sebelumnya 100 % saham PT. Antar Surya Media di miliki oleh Post Kota Group maka dengan bergabungnya kelompok Kompas Gramedia, Saham Post Kota menjadi 50 % dan 50 % lainnya menjadi milik KKG. Dari masing-masing saham sebesar 50 % tersebut, 10 % di antaranya di alokasikan untuk saham karyawan PT. Antar Surya Media.

Pada Mei 2001, KKG mengambil alih seluruh saham Post Kota di PT. Antar Surya Media. Dengan demikian, Sejak saat itu PT. Antar Surya Media Bergabung sepenuhnya dengan KKG. Sebagai konsekuensi, organisasi, manajemen dan karyawan berada dalam pengawasan KKG.

Dan di bawah KKG inilah, PT. Antar Surya Media semakin berkembang ke arah perusahaan yang lebih profesional.

Saat ini Harian Surya sebagai produk unggulan PT. Antar SuryaMedia terbit tujuh hari dalam sepekan, melayani masyarakat sebagai konsumen media di seluruh kota/kabupaten di Jawa Timur. Dengan oplah sebanyak 122.817 eksemplar, 34 persen pembaca Harian Surya adalah

perempuan, dan 66 persen pembaca laki-laki. Berdasarkan riset IMS Nielsen (Wave 3 - 2008), pembaca Harian Surya mengalami pertumbuhan 7422,4 persen, dengan penyebaran meliputi 62.053 eksemplar di Surabaya, 22.129 eksemplar di Malang Raya, 21.850 di Poros Barat (Bojonegoro, Mojokerto, Madiun, Kediri) dan 16.785 di Poros Timur (Pulau Madura, Pasuruan, Probolinggo, Jember, Banyuwangi).

Jumlah Karyawan PT.Antar Surya Media hingga 2011 sekitar 500 orang, perusahaan mengikut sertakan semua karyawan dalam program dana pensiunan. Lembaga yang di tunjuk untuk menangani hal ini adalah dana pensiunan lembaga keuangan Bank BNI 46.68

3.3 Visi & Misi PT.ANTAR SURYA MEDIA

❖ Visi

Menjadi perusahaan media massa dan percetakan terbesar, terbaik di Jawa Timur dan Indonesia Timur.

❖ Misi

Menjalankan bisnis secara sehat yang menguntungkan bagi stakeholder, karyawan dan masyarakat serta berorientasi pada kepuasan pelanggan

Dengan semangat baru agar visi dan misi ini dapat dicapai dan menjadi regional newspaper maka nilai-nilai dan falsafah perusahaan yang menjadi landasan adalah Watak, Kejujuran dan Profesionalisme.

3.4 Tujuan PT.ANTAR SURYA MEDIA

Tujuan pokok yang hendak dicapai oleh PT. Antar Surya Media adalah sebagai berikut:

- a. Menginformasikan suatu berita dan kejadian yang aktual berdasarkan narasumber dan tempat kejadian.
- b. Memproduksi surat kabar.
- c. Memberikan space iklan untuk perusahaan-perusahaan diluar harian surya sendiri

3.5 Jenis Usaha

Adapun jenis usaha PT. Antar Surya Jaya ini adalah bergerak pada bidang Penerbitan (Harian Surya) dan Jasa Percetakan. Pada tanggal 1 Januari 2011 terjadi pembagian pengelolaan secara sendiri-sendiri yaitu untuk Penerbitan (Harian Surya) dikelola oleh PT. Antar Surya Media sedangkan untuk Jasa Percetakan dikelola oleh PT. Antar Surya Jaya. Pada PT. Antar Surya Media terdapat beberapa department.

3.6 Struktur Organisasi PT.Antar Surya Media Surabaya

Direktur Utama : Rusdi Amral

Direktur & General Manager Business : M. Taufiq Zuhdi

Wakil General Manager Business : Wachid Mukaidori

Wakil Direktur & Pemimpin Redaksi : Sunarko

Redaktur Pelaksana : Farhan Effendi

Wakil Redaktur Pelaksana : Adi Sasono

Sekretaris Redaksi : Sujarwanto

Manajer Iklan : Margaretha

Manajer PSDM : Puguh Arieffianto , Puput Maharajanii

Manajer Marcomm : Salman Alfarizi

Manajer Online Division : Adi Agus Santoso

Grafis : Rendra Kurniawan , Akhmad Yusuf Marzuki W.

3.7 Unit Kerja Beserta Job desk pada PT.ANTAR SURYA MEDIA

❖ Direktur : adalah seseorang yang ditunjuk untuk memimpin suatu lembaga perusahaan pemerintah , swasta, atau lembaga pendidikan Politeknik . Kepemimpinan lembaga perusahaan yang kemudian disebut instansi Perseroan terbatas (PT), dipimpin oleh Direktur (non-pendidikan) . Kepemimpinan lembaga pendidikan politeknik yang kemudian disebut Institusi Pendidikan politeknik, dipimpin oleh Direktur (pendidikan). Yang berfungsi sebagai :

1. Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan perusahaan
2. Memilih, menentukan, mengawasi pekerjaan karyawan

3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham.

❖ Redaktur : salah satu jenis jabatan keredaksian di dunia kewartawanan. Secara etimologis , redaktur berasal dari bahasa Belanda , redacteur, yang secara umum artinya seseorang yang bertugas melakukan penyuntingan , yaitu memberi judul, memperbaiki kesalahan ejaan, tanda baca, diksi, serta keterpaduan antar paragraf , dari naskah berita yang telah ditulis dan dikirimkan oleh reporter . Khusus bagi redaktur ekonomi, tugas penyuntingan di dalamnya termasuk juga tugas untuk mengubah sebuah data statistik 'mentah' menjadi sebuah data yang mudah dipahami dan enak dibaca. Yang terdiri dari :

1.Pemimpin Redaksi , adalah orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan pers. Sesuai dengan Undang-undang Pokok Pers, pemimpin redaksi bertanggung jawab jika ada tuntutan hukum yang disebabkan oleh isi pemberitaan pada penerbitannya. Tapi dalam prakteknya, pemimpin redaksi bisa mendelegasikan kepada pihak lain yang ditunjuknya.

Tugas :

- 1 Bertanggungjawab terhadap isi redaksi penerbitan
- 2 Bertanggungjawab terhadap kualitas produk penerbitan
- 3 Memimpin rapat redaksi

4 Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi.

2. Redaksi

Tugas :

- 1 Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan
- 2 Mengadakan koordinasi dengan bagian lain seperti Pemimpin Perusahaan untuk mensinergikan jalannya roda perusahaan
- 3 Menjalin lobi-lobi dengan nara sum ber penting di pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi
- 4 Bertanggung jawab terhadap pihak lain, yang karena merasa dirugikan atas pemberitaan yang telah dimuat, sehingga pihak lain melakukan somasi, tuntutan hukum, atau menggugat ke pengadilan. Sesuai aturan, tanggung jawab oleh Pemimpin Redaksi bila dilimpahkan kepada pihak lain yang dianggap melakukan kesalahan tersebut.
- 5 Tugas Memeriksa, mengedit, dan menyempurnakan naskah sesuai dengan penulisan bahasa Indonesia yang baik dan benar
- 6 Menyesuaikan naskah yang sudah diedit dalam bahasa Indonesia ke dalam Bahasa Jurnalistik
- 7 Mengubah pengulangan kata-kata yang sama dalam satu tulisan, sehingga kalimat

dalam naskah menjadi bervariasi.

8 Mengedit penggunaan logika bahasa, alur naskah

- ❖ Iklan , adalah layanan untuk menciptakan ide-ide dalam hal promosi produk atau jasa baru yang membuat perencanaan, dan menangani pembuatan iklan untuk klien. Agensi dapat melayani keseluruhan pemasaran produk atau jasa dengan membuat strategi yang menarik untuk mencapai target sasaran.

Tugas :

1. Mengimplementasikan kebijakan iklan
2. Membantu mempersiapkan materi promosi untuk iklan
3. Menjaga hubungan dengan klien-klien yang berpotensi untuk memasang iklan
4. Terus menginformasikan kepada redaksi apa saja keinginan dan kebutuhan pemasangan iklan
5. Memelihara area penjualan.

- ❖ PSDM (pengembangan sumber daya manusia) , adalah sekelompok orang – orang yang berada dalam suatu sub unit yang memiliki fokus di bagian untuk mengembangkan manusia di dalam organisasi tersebut.

Tugas :

1. untuk melihat apakah anggota lain sudah mengerjakan job dengan baik secara efektif dan efisien.
2. memberikan pelatihan dan pengetahuan terkait job yang telah diberikan.
3. mengkoordinasikan semua program dalam setiap divisi agar berjalan sesuai rencana kerja yang telah ditentukan.
4. Merekrut karyawan

❖ Marcomm , adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

Tugas :

1. Menganalisa pasar serta kebutuhan konsumen
2. Melihat persepsi konsumen tentang sebuah produk atau produk yang dijualnya
3. Mengevaluasi perilaku pasar yang sudah dipetakan untuk digunakan sebagai acuan target
4. Menentukan strategi promosi dan media yang akan digunakan
5. Melakukan perencanaan , sampai pelaksanaan event tersebut .

❖ Sirkulasi , adalah menyampaikan produk kepada target tempat yang dituju. Inilah fungsi distribusi yang disebut dengan sirkulasi dalam usaha industri surat kabar dan majalah. Media cetak tidak hanya satu-satunya yang berkepentingan dengan masalah distribusi.

Tugas :

1. Memasarkan Koran (mulai proses pengiriman, penyebaran, dan pemasaran produk oleh penerbit dari percetakan hingga tiba ke tangan konsumen secara tepat waktu.)
2. Menentukan sasaran (Sasaran utama diarahkan kepada peningkatan penetrasi langganan langsung ke pasar dengan meningkatkan persentasi rumah/rumah tangga langganan.)
3. Menagih pembayaran dari pelanggan dengan cara dan waktu yang teratur.
4. Menghindari keterlambatan atau kegagalan dalam penyebaran karena akan mengakibatkan pada langganan dapat membatalkan sebagai pelanggan dan pindah ke media informasi lain.

❖ Keuangan , adalah pengelola uang yang memengaruhi kehidupan setiap orang atau organisasi. Keuangan berhubungan dengan proses, pasar, lembaga, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah.

Tugas :

1. Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.

2. Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien dan se-efektif mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
3. Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
4. Menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, di mana perusahaan dapat memperoleh dana dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.

3.8 Isi berita PT. Antar Surya Media Surabaya (*Harian Surya*)

Isi berita dari *Harian Surya* yaitu:

1. 80% berita regional atau daerah.
2. 20% berita Nasional dan Internasional.
3. Jumlah Halaman dari *Harian Surya* sebanyak 24 halaman dan Oplah mencapai sekitar 125.000 eksemplar per hari. 11

3.9 Segmen Pasar & Profil Pelanggan PT. Antar Surya Media Surabaya (*Harian Surya*)

a. Segmen Pasar *Harian Surya* :

1. Dewasa usia 20 – 60 tahun
2. 65% Pria dan 40% Wanita

b. Profil Pelanggan *Surya* :

1. Pelanggan Tetap 46%
2. Eceran 54%

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti meneliti tentang Aktivitas Internal Public Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan PT.ANTAR SURYA MEDIA , untuk mengetahui aktivitas internal dan permasalahan yang ada di dalamnya maka peneliti menggunakan metode wawancara dan menggunakan model komunikasi public relation .Adapun narasumber yang diwawancarai adalah Bapak Salman Alfarisi S.Sos . Selaku humas PT.ANTAR SURYA MEDIA , selaku narasumber yang akan memberikan data berupa informasi tentang Aktivitas Internal Public Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan PT.ANTAR SURYA MEDIA .

Peneliti juga akan memaparkan analisis data tentang aktivitas internal humas melalui teori komunikasi public relation , sedangkan tujuan dari internal humas sendiri untuk menjalin hubungan baik di dalam perusahaan oleh public relation dengan karyawan agar memperoleh keharmonisan di dalam perusahaan . hal tersebut dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan kepentingan – kepentingan karyawan baik ditinjau dari segi ekonomi , sosial , maupun psikologis.

Guna menciptakan kinerja karyawan yang baik banyak sekali upaya dan usaha yang telah dilakukan oleh humas Bapak Salman Alfarisi S.Sos dalam meningkatkan kinerja , pihak humas PT.ANTAR SURYA MEDIA berupaya dengan maksimal , selain itu humas PT.ANTAR SURYA MEDIA harus senantiasa menjalin hubungan baik antar semua pihak yang ada di dalam lingkup PT.ANTAR SURYA MEDIA , khususnya public relation internal yang ada yaitu .

4.1 Menjalिन Hubungan Dengan Pihak Karyawan

Menjalिन Hubungan baik dengan pihak karyawan merupakan salah satu bentuk internal yang menitik beratkan kepada hubungan antara public relation dengan karyawan , sebab karyawan merupakan asset penting bagi perusahaan . Begitu juga PT.ANTAR SURYA MEDIA sangat membutuhkan karyawan guna kelancaran dan kemajuan organisasi yang dikelolanya .

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA tentang yang berkaitan dengan menjalin hubungan baik dengan pihak Karyawan

Bagaimana Bentuk kegiatan Public Relation dalam menjalin Hubungan baik dengan Employee relation agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.Antar Surya Media pada saat wawancara :

“Cara meningkatkannya dengan cara memberikan gaji tambahan atau bonus , juga dengan penghargaan atas kerja kerasnya , maupun kenaikan jabatan agar

semakin semangat dalam bekerja , namun seorang Public Relation juga harus dapat bisa mendengarkan akan ide yang karyawan tersebut tuangkan . ”

“ Selain itu Kami sering keluar bersama diluar jam kantor ya seperti hanya sekedar minum di café bahasa gaulnya anak muda sekarang nongkrong lah dengan mereka (karyawan) atau juga bisa meeting di restoran dan banyak lagi aktivitas yang kami lakukan di jam luar kantor yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu , agar mereka tidak bosan dengan keseharian dikantor , kami (PR) memprioritaskan kenyamanan karyawan di PT.Antar Surya Media . Mereka enjoy juga dan akan berdampak pada hasil pekerjaan , itu juga bisa jadi cara menjembatani komunikasi antara dengan karyawan .

Untuk mengatasi segala persoalan tersebut Public Relation PT.Antar Surya Media sengaja melakukan aktivitas diluar jam kerja agar dapat menjalin hubungan baik dengan karyawan ”

Bentuk kegiatan Public Relation dalam menjalin Hubungan baik dengan Employee relation diluar jam kerja sebagai berikut :



Bentuk kegiatan Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan :

Memberikan Apresiasi Berupa Bonus , Penghargaan , Maupun Kenaikan Jabatan

Memberikan penghargaan kepada karyawan atas peningkatan kerja sekecil apa pun juga bisa menjadi pelecut semangat kerja karyawan. Penghargaan ini bisa berupa bonus tahunan, insentif bulanan, maupun kenaikan jabatan jika memang kinerjanya sangat bagus. Biasanya pada PT.Antar Surya Media memberikan Bonus yang berupa bonus gaji dan memberikan penghargaan pada setiap tahun nya ketika memperingati HUT pada PT.Antar Surya Media yang dapat berupa Elektronik maupun Uang Tunai .

Namun begitu, pemberian apresiasi ini jangan sampai menimbulkan rasa iri pada karyawan yang lain. Dengan kata lain, sebagai pemimpin, harus melakukan pengamatan dan penilaian yang adil pada semua karyawan. Pemberian bonus harus benar-benar disesuaikan kinerja masing-masing karyawan. Dengan begitu, setiap karyawan secara otomatis akan memperbaiki kinerjanya sendiri.

Mendengarkan dan Menghargai Ide-Ide Karyawan

Pemimpin yang berwibawa bukanlah pemimpin yang dengan selalu tegas dalam menerapkan aturan perusahaan. Seorang pemimpin akan mempunyai wibawa saat ia mampu mendengarkan dan menghargai setiap ide yang dimiliki karyawannya.

Mendengarkan ide karyawan tidak hanya ber dampak pada performa seorang pemimpin, namun juga dapat meningkatkan kinerja dari karyawan itu sendiri. Karyawan akan merasa dihargai dan dianggap berarti dalam perusahaan tersebut. Tumbuhnya perasaan

diperlukan oleh perusahaan inilah yang akan mendorongnya untuk bekerja lebih aktif untuk kemajuan perusahaan.

Sering Muncul saat Karyawan Bekerja

Hadirnya Anda sebagai pimpinan tertinggi perusahaan, pastinya akan memberikan semangat tersendiri di hati karyawan. Secara psikologi pun, seorang karyawan tidak mungkin akan malas-malasan jika seorang pimpinan ada di dekatnya.

Bahkan, akan lebih baik lagi jika Anda juga membantu karyawan saat mereka mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas-tugasnya. Uluran tangan Anda akan membuat kharisma Anda semakin meningkat. Tidak hanya itu, para karyawan pun semakin semangat untuk menjalankan tugas mereka masing-masing.

Liburan atau acara gathering

Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya acara gathering pada suatu tempat, berpiknik bersama yang di hadiri pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.

4.2 . Gaji Karyawan

Gaji adalah upah dari kerja yang dibayar dalam waktu yang tetap, atau balas jasa yang diterima pekerja dalam bentuk uang berdasarkan waktu tertentu menurut perjanjian kerja, kesepakatan atau peraturan perundang undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja dan keluarganya atas suatu pekerjaan yang telah atau dalam bentuk natura.

Pengupahan yang dipakai perusahaan pada umumnya didasarkan kepada tingkat fungsi gaji atau upah , yaitu menjamin kehidupan yang layak bagi pekerja dan keluarganya , mencerminkan imbalan atas hasil kerja seseorang dan menyediakan insentif untuk mendorong peningkatan produktivitas kerja .

Berikut pernyataan public relation PT.Antar Surya Mrdia tentang yang berkaitan dengan Gaji

Bagaimana Bentuk pemberian gaji maupun bonus dalam upaya menjalin Hubungan baik agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.ANTAR SURYA MEDIA

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Perusahaan dalam memberikan gaji atau upah kepada karyawan semua secara langsung , lewat amplop sepulang kerja per akhir bulan tanggal 25 ”

Cara perusahaan dalam memberikan gaji kepada karyawan diakhir bulan meliputi kegiatan , yaitu:

1. Mengumpulkan Formulir Lembur dan Hutang.

Data lembur dari setiap karyawan diinput kedalam program komputer, pada setiap akhir bulan akan dicek guna diperhitungkan dengan pembayaran yang harus dibayarkan oleh pihak perusahaan. Disamping itu, formulir yang ada sangkut pautnya dengan hutangpiutang karyawan juga dicek guna diperhitungkan secara bersama-sama.

2. Menghitung Rupiah Lembur Masing-masing Karyawan.

Berdasar data yang tertulis didalam formulir lembur, bagian keuangan kemudian menghitung nilai rupiah yang harus dibayarkan kepada karyawan pada bulan yang bersangkutan. Dikarenakan standart lembur untuk masing-masing karyawan tidaklah sama, maka bagian keuangan perlu mencari keterangan lain yang dalam hal ini akan diambil dari kartu induk karyawan. Seperti diketahui, pada Nomor 38

Induk Pegawai terdapat keterangan mengenai berapa besar gaji pokok karyawan yang bersangkutan dan berapa besar rupiah yang harus dibayarkan untuk 1 (satu) jam lemburnya.

3. Menghitung Hutang-piutang Karyawan.

Hutang bulan lalu ditambah dengan hutang bulan ini yang kemungkinan bisa timbul dengan adanya formulir pengeluaran uang dalam bentuk Kasbon, akan menghasilkan hutang baru. Hutang baru ini kemudian dikurangi dengan jumlah pelbagai kewajiban yang harus dibayar, pada akhirnya akan menghasilkan sisa hutang

4. Membuat Rekapitulasi Gaji

Hasil perhitungan lembur dan potongan dari setiap karyawan yang dipadukan dengan gaji pokok, pada akhirnya akan menghasilkan gaji bersih yang akan diterima pada bulan yang bersangkutan. Hasil perhitungan semacam ini kemudian dicetak diatas selembarkertas, dan diulangi lagi sehingga seluruh gaji bersih untuk setiap karyawan bisa dilaporkan diatas selembarkertas.

5. Membuat Slip Gaji Untuk Masing-masing Karyawan

Setelah rekapitulasi gaji bisa dihasilkan, maka langkah berikutnya adalah membuat slip-gaji untuk masing-masing karyawan. Slip gaji ini dibuat rangkap 2 (dua), dimana satu lembar akan diserahkan kepada karyawan bersama-sama dengan uang yang mereka terima, dan satu lembar berikutnya akan disimpan oleh Imka sebagai arsip keuangan.

6. Mengambil Uang Dari Bank

Berdasar data keuangan yang muncul dan tertera pada rekapitulasi gaji karyawan, pihak direksi kemudian membuka Cek dari Bank yang bersangkutan guna diuangkan secara tunai. Uang inilah yang pada akhirnya digunakan untuk membayar gaji karyawan perusahaan yang bersangkutan. Dan uang akan ditransfer kepada rekening masing masing karyawan.

7. Membagi Uang Kepada Setiap Karyawan.

Setelah mendapatkan gaji, karyawan kemudian dipanggil satu diminta untuk menandatangani kedua buah slip-gaji yang telah disediakan. Satu lembar slip gaji kemudian diserahkan kepada karyawan, dan satu lembar sisanya disimpan bagian keuangan yang akan digunakan sebagai arsip.

Selain mendapat gaji pokok , insentif atau lembur dan penghargaan perusahaan juga memberikan hukuman berupa potongan gaji

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Apa saja Bentuk punishment yang dilakukan oleh Public Relation sendiri terhadap karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.ANTAR SURYA MEDIA

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Jika tidak mencapai target sesuai key perform indicator maka karyawan akan dikenai Surat Peringatan I , yang berarti masih dalam tahap peringatan agar karyawan bekerja dengan sesuai target yang telah ditentukan masing masing itu yang pertama , yang kedua pada saat karyawan tidak masuk tanpa alasan tertentu maka akan dipotong gaji ”

Pada setiap organisasi, perusahaan, atau industri tertentu, ukuran kinerja harus diciptakan untuk mengukur kemajuan yang sudah dicapai. Pengukuran kinerja bertujuan untuk meningkatkan kemajuan organisasi kearah yang lebih baik.

Key Performance Indicator (KPI) atau disebut juga sebagai Key Success Indicator (KSI) adalah satu set ukuran kuantitatif yang digunakan perusahaan atau industri untuk mengukur atau membandingkan kinerja dalam hal memenuhi tujuan strategis dan operasional mereka. KPI bervariasi antar perusahaan atau industri, tergantung pada prioritas atau kriteria kinerja .

KPI dibuat setelah sebuah organisasi memiliki strategi dan tujuannya. KPI membantu organisasi memastikan seberapa jauh kemajuan tujuan yang telah dan akan dicapainya. Menurut Darmin A. Pella (2008), sebuah indikator keberhasilan stratejik (strategic measures) yang baik perlu memenuhi unsur-unsur berikut ini:

1. Dapat menjadi sarana perusahaan mengkomunikasikan strategi (ability of the organization to communicate their strategy for measures).

2. Terkait secara langsung dengan strategi yang dipilih perusahaan (the selected measure adequately focuses on the strategic issue).
3. Indikator tersebut bersifat kuantitatif, memiliki formula tertentu dalam penghitungannya (quantifiable, can be evaluated objectively).
4. Indikator tersebut dapat dihitung (the measures are quantifiable, reliable and repeatable).
5. Frekuensi pemutakhirannya bermanfaat (the frequency of updates are meaningful).

Selain bentuk Punishment, agar dapat meningkatkan kinerja karyawan perusahaan perlu adanya pemberian Reward kepada karyawan yang menurutnya mempunyai kinerja yang bagus

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Apa saja Bentuk Reward yang dilakukan oleh Public Relation sendiri terhadap karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.ANTAR SURYA MEDIA

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“Seperti pada saat memperingati HUT Surya pada tahun lalu, memberikan Penghargaan bisa berupa bonus tahunan, insentif bulanan, maupun kenaikan jabatan jika memang kinerjanya sangat bagus. Biasanya pada PT.ANTAR SURYA MEDIA memberikan Bonus yang berupa bonus gaji dan memberikan penghargaan pada setiap

tahun nya ketika memperingati HUT pada PT.ANTAR SURYA MEDIA yang dapat berupa Elektronik maupun Uang Tunai .”

Bentuk pemberian Reward yang dilakukan oleh Public Relation sendiri terhadap karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan sebagai berikut :



Sesuai dengan tugas Public relation , sebagai membantu menjembatani antara pimpinan dengan Karyawan , Kadang kala karyawan/pegawai merasa takut untuk mengungkapkan ide dan gagasannya atau keluhannya terkait dengan kemajuan organisasi. Dengan diadakan program *employee relations* (hubungan dengan karyawan/pegawai) diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu pegawai merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan organisasi. Sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin , Public relation sendiri , adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi secara

internal maupun eksternal untuk mendapatkan citra baik , juga sebagai yang menjembatani antar atasan dengan karyawan .

Sedangkan aktifitas internal yang perlu di perhatikan public relation :

1. Communicator

Kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan (spoken person) atau tatap muka dan sebagainya.

Di samping itu, humas juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.

Dalam menjalin hubungan dengan karyawan dibutuhkan komunikasi yang baik . Komunikasi atau hubungan secara personal antar public relations dengan karyawan merupakan suatu cara pendekatan yang bisa mempererat ikatan dan akan menyebabkan keterbukaan antara Public Relations dengan karyawan . Menurut Public Relation PT.Antar Surya Media komunikasi adalah kunci yang utama dalam kelancaran kerja dan akan menjadi motivasi karyawan itu lebih giat dalam bekerja .

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Apakah seorang Public Relation perlu mempunyai kemampuan sebagai Komunikator yang baik agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Iya , sangat perlu karena berkaitan dengan tugas Public Relation sendiri untuk menjembatani komunikasi antar pimpinan engan karyawan jadi sangat dibutuhkan kemampuan komunikator yang baik , Kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan (spoken person) atau tatap muka dan sebagainya. Di samping itu, humas juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader. ”

Komunikasi sendiri merupakan sarana yang digunakan sebagai alat agar kita bisa mengetahui apa yang telah terjadi kepada karyawan , segala permasalahan yang ada di karyawan harus sesegera mungkin diselesaikan .

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Bagaimana cara Public Relation Bagaimana cara Public Relation memenuhi Hak karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Untuk pemenuhan hak karyawan disini kami selalu memberikan Gaji tambahan untuk yang mau lembur dan bekerja pada sabtu dan minggu , untuk tunjangan hari raya , maupun BPJS pasti akan diberikan kepada karyawan ”

Hak normatif pekerja adalah hak – hak pekerja yang lahir sebagai upaya memberi perlindungan terhadap pekerja yang harus dipenuhi oleh pengusaha yang diatur dalam Peraturan Perundang – undangan Perjanjian Kerja, Peraturan Perusahaan atau Perjanjian Kerja Bersama yang bersifat mengikat pekerja dan pengusaha.

Hak normatif ini dalam implementasinya menjadi instrumen proteksi terhadap upaya eksploitasi terhadap pekerja yang memiliki potensi untuk muncul dan berkembang dalam kondisi dimana para pihak kurang atau tidak memahami hak – hak normatif tersebut.

1.3 Kinerja Karyawan

Kinerja merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya , Proses yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja pegawainya, maka kinerja karyawan harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi.

Untuk meningkatkan produktivitas seorang karyawan memang tidak mudah, karena tidak cukup hanya dengan terus mendorong ataupun memberi motivasi kepada mereka untuk bekerja lebih keras, karena dalam menunjang motivasi kepada karyawan di butuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Banyak strategi yang bisa dilakukan oleh seorang pemimpin atau leader dalam perusahaan

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Bagaimana bentuk pengawasan Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Sering Muncul saat Karyawan Bekerja , biasanya kami sering berkeliling pada setiap divisi dan setiap orang kami Tanya mengenai bagaimana job desk nya apa sudah terpenuhi atau belum , terkadang kami juga saling bertukar ide ide ”

Bentuk pengawasan Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan dapat digambarkan sebagai berikut :



Hadirnya Anda sebagai pimpinan tertinggi perusahaan, pastinya akan memberikan semangat tersendiri di hati karyawan. Secara psikologi pun, seorang karyawan tidak mungkin akan malas-malasan jika seorang pimpinan ada di dekatnya.

Bahkan, akan lebih baik lagi jika Anda juga membantu karyawan saat mereka mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas-tugasnya. Uluran tangan seorang Public

Relation akan membuat citra Public Relation semakin meningkat. Tidak hanya itu, para karyawan pun semakin semangat untuk menjalankan tugas mereka masing-masing.

Berikut pernyataan public relation PT.ANTAR SURYA MEDIA

Bagaimana cara mengukur seorang Public Relation terhadap Karyawan nya dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

Menurut Bapak Salman selaku Public Relation pada PT.ANTAR SURYA MEDIA pada saat wawancara :

“ Biasanya kami mengukur nya dengan cara dia bekerja , apakah dia bertanggung jawab dengan tugas yang di embankan dan ketepatan waktu yang dicapai pada job desk nya , juga dari ketepatan waktu datang saat dia bekerja ”

Ukuran Meningkatnya Kinerja Karyawan

- e) Semakin Bergairah nya kerja karyawan
- f) Semakin Tepat waktu dalam menjalankan tugas yang di emban nya
- g) Semakin karyawan mempunyai semangat yang tinggi dalam bekerja pada suatu instansi
- h) Semakin mempunyai tanggung jawab terhadap perusahaan di tempat bekerja .
- i) Penilaian kinerja karyawan dapat dirasakan manfaatnya oleh ketiga pihak, yaitu karyawan, penilai dan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian mengenai Aktivitas internal Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan PT.Antar Surya Media , maka penulis menyimpulkan hal-hal yang bersangkutan dengan Aktivitas internal Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan PT.Antar Surya Media sebagai berikut :

1. Public Relation yang ada didalam ruang lingkup PT.Antar Surya Media memiliki Fungsi untuk menciptakan suasana yang harmonis seperti kekeluargaan dan keakraban dalam lingkup kerja kantor
2. Public Relation PT.Antar Surya Media berjalan dengan baik hal ini ditunjukkan dengan adanya keterbukaan komunikasi antara atasan dengan karyawan PT.Antar Surya Media , maka setiap pegawai diberikan kesempatan yang sama untuk memberikan saran dan kritik untuk kemajuan kinerja pada PT.Antar Surya Media , selain itu atasan juga memberikan waktunya untuk berkomunikasi dengan bawahannya diluar jam kerja
3. Upaya yang dilakukan oleh Public Relation sendiri dalam meningkatkan kinerja pada PT.Antar Surya Media sendiri dengan cara Memberikan Apresiasi Berupa

Bonus , Penghargaan , Maupun Kenaikan Jabatan , sering muncul pada saat karyawan bekerja , Mendengarkan dan Menghargai Ide-Ide Karyawan , mengadakan liburan atau gathering .

4. Ukuran Meningkatnya kinerja karyawan sudah tercapai dengan upaya upaya yang dilakukan oleh Public Relation , mulai dari Semangat dalam melaukan pekerjaan , Semakin tepst waktu dalam menyelesaikan tugas yang sedang diemban nya dan semakin mempunyai tanggung jawab terhadap tugas dan perusahaan di tempat bekerja .

5.2 Saran

Dari yang hasil peneliti lakukan serta dari kesimpulan yang dapat peneliti Tarik dari hasil penelitian ini , maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu :

Bagi PT.Antar Surya Media hendaknya merancang program-program kegiatan yang berkaitan dengan menciptakan dan menjaga Public Relation yang baik dalam lingkup PT.Antar Surya Media , sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai dengan lebih maksimal .

Sebaiknya karyawan atau pegawai pada PT.Antar Surya Media lebih aktif dari pekerjaan yang diterima , karena dari peneliti liat karyawan atau pegawai sering bersantai seperti tidak ada peerjaan dan sering mengobrol di luar pada waktu jam bekerja

Bagi instansi ataupun organisasi hendaknya juga dapat memliki a good human relation dalam lingkup kerjanya , tidak hanya menyadari pentingnya human relation yang baik dalam setiap aspek kehidupan , selain itu karena human relation yang baik dalam satu lingkup kerja akan membawa dampak terciptanya citra yang baik bagi instansi itu sendiri

DAFTAR PUSTAKA

Abadin , Djamalul Ass,1996. Komunikasi dan bahasa dakwah, Jakarta : Gema Insani Press

Arifa, S. L. 2013. Audit Operasional Untuk Menilai Efektivitas Fungsi Sumber Daya Manusia

(Studi Kasus Pada Pabrik Kertas Pt. Setia Kawan Makmur Sejahtera). *Skrip-si*.

Malang: Program Strata 1 Uni-versitas Brawijaya.

Brahmasari, Ida Ayu dan Suprayetno, Agus. 2008. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan

(Studi Kasus Pada PT. Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.10, No.2.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komu-nikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja

Roesdakarya.

Gumilar, Eko A. 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Kepuasan kerja terhadap Kinerja Karyawan

PT. X. Jakarta: UIN Jakarta Press.

Halawet, Sonya. 2007. Pengaruh Komunikasi Efektif antara Atasan Dan Bawahan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi pada Unit bengkel Jasa Pemeliharaan Kilang PT. PERTAMINA

UP V Balikpapan,

Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.

(<http://rinaldoadi.blogspot.com>)

(<http://kinerja.karyawan.com>

(Sumber : Wikipedia.org)

Lampiran 1 . Pedoman wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

AKTIVITAS INTERNAL PUBLIC RELATION DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT.ANTAR SURYA MEDIA

1. Bagaimana Bentuk kegiatan Public Relation dalam menjalin Hubungan baik dengan Employee relation agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?
2. Bagaimana Bentuk pemberian gaji maupun bonus dalam upaya menjalin Hubungan baik agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?
3. Apa saja Bentuk punishment yang dilakukan oleh Public Relation sendiri terhadap karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media?
4. Apa saja Bentuk Reward yang dilakukan oleh Public Relation sendiri terhadap karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media?
5. Apakah seorang Public Relation perlu mempunyai kemampuan sebagai Komunikator yang baik agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

6. Bagaimana cara Public Relation Bagaimana cara Public Relation memenuhi Hak karyawan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?
7. Bagaimana bentuk pengawasan Public Relation dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?
8. Bagaimana cara mengukur seorang Public Relation terhadap Karyawannya dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan pada PT.Antar Surya Media ?

Lampiran 2 . Surat Izin Penelitian



YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Administrasi Publik : 0963/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2016
Ilmu Komunikasi : 1888/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2017
Kampus : Jl. A. Yani 114 Telp. 031-8285602, Ex. 120, 121 Fax. 031 - 8285601

Nomor : 205/IV/2019/FSP/UB
Lampiran : -
Perihal : Permohonan ijin Penelitian & Survey

Surabaya, 24 April 2019

Kepada :
Yth. Pimpinan PT. Antar Surya Media
Jl. Rungkut III No. 68-70
di -
Surabaya

Dengan Hormat,

1. Dalam rangka usaha untuk menyusun suatu laporan penelitian/menyusun skripsi bagi mahasiswa/i tingkat akhir, maka dengan ini kami mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi kesempatan guna melaksanakan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

2. Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

Nama : FIDYA MARDIASARI
NIM : 1513211166
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Aktivitas Internal Public Relation Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Antar Surya Media
Tempat Penelitian : - PT. Antar Surya Media Surabaya
Lama Penelitian : ± 2 Bulan

3. Atas segala bantuan yang diberikan demi keberhasilan penelitian tersebut kami sampaikan terima kasih.

Dekan

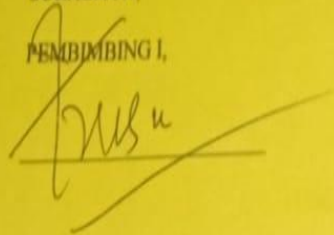
ISMAIL, S.Sos. M.Si.
NPP. 216000168

TEMBUSAN : Yth.
- Kepala LPPM UBHARA

Lampiran 3 . Kartu Bimbingan Skripsi

TANGGAL	URAIAN	TD.TNGN
20/2	Bab 1 - 2	MSU
9/1	Bab 1 - 2	MSU
28/4	Bab 1 - 2	MSU
8/5	Bab 1 - 2	MSU
20/1	Petunjuk Wawancara	MSU

SURABAYA,
PEMBIMBING I,



TANGGAL	URAIAN	TD.TNGN
17-12-2018	Bab 1 - 2	MSU
21-12-2018	Bab 1-2	MSU
07-01-2019	Bab 2-3	MSU
24-04-2019	Bab 2-3	MSU
26-06-2019	Bab 1, 2, 3, 4, 5	MSU

SURABAYA,
PEMBIMBING II,



