

Penerapan *Employee Relations* Dalam Membangun Motivasi Kerja Karyawan PT Followme Indonesia

Mulyati¹, Shinta Kristanty², Gesya Nurzanah³

E-Mail: mulyati@budiluhur.ac.id, shinta.kristanty@budiluhur.ac.id, gesya.nurzanah@gmail.com
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur
 Jakarta, Indonesia

Submitted: 02 Februari 2024 **Revised:** 18 April 2024 **Accepted:** 24 April 2024

Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023

Abstrak

Employee relations adalah salah satu kegiatan yang dapat diupayakan oleh *Public Relations* di perusahaan, untuk dapat membangun motivasi kerja karyawan. Begitupun di PT Followme Indonesia, penerapan *employee relations* bertujuan agar karyawan termotivasi dalam bekerja, sehingga dapat memajukan perusahaan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep *Public Relations*, *employee relations* dan motivasi kerja karyawan. Serta menggunakan metode penelitian deskriptif – kualitatif. Hasil penelitian yaitu penerapan *employee relations* berupa kegiatan pelatihan bagi karyawan, program motivasi kerja berprestasi, dan *family gathering*. Melalui kegiatan *employee relations* ini pada akhirnya karyawan dapat termotivasi dalam bekerja karena tercipta komunikasi dua arah yang baik antara pimpinan dengan karyawan.

Kata kunci: *Employee Relations*, Motivasi, Karyawan

Abstract

Employee relations is one of the activities that can be pursued by *Public Relations* in the company, to be able to build employee motivation. Likewise at PT Followme Indonesia, the application of *employee relations* aims to motivate employees to work, so as to advance the company. The focus of this research is how the application of *employee relations* in building employee motivation at PT Followme Indonesia. This study aims to determine the application of *employee relations* in building employee motivation at PT Followme Indonesia. This research uses the concepts of public relations, *employee relations* and employee motivation. And using descriptive - qualitative research methods. The results of the study are the application of *employee relations* in the form of training activities for employees, work achievement motivation programs, and family gatherings. Through this *employee relations* activity, employees can finally be motivated at work because it creates good two-way communication between leaders and employees.

Keywords: *Employee Relations*, Motivation, Employees

PENDAHULUAN

PT Followme Indonesia adalah industri kosmetik kreatif yang sudah berpengalaman di bidang wangi-wangian selama 20 tahun. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam

kosmetik dan parfum yang tidak ber-bahan kimia berbahaya dan tidak menggunakan alkohol sehingga kosmetiknya halal dan aman untuk digunakan para konsumen. PT Followme Indonesia mengusung konsep

rempah (*spice*) dalam produksi kosmetik dan parfum. Sebagai perusahaan yang terus berkembang tentunya dibutuhkan karyawan yang termotivasi dalam bekerja. Namun, bukan tanpa hambatan di PT. Followme

Indonesia juga sempat mengalami penurunan jumlah karyawan.

Tabel 1. Jumlah Karyawan di PT Followme Indonesia

Tahun	2020	2021	2022
Jumlah karyawan akhir tahun	39	42	41
Jumlah karyawan masuk	2	4	6
Jumlah karyawan keluar (resign)	5	3	2
Jumlah karyawan akhir tahun	42	41	37

Sumber: Data Human Resources Departement PT. Followme Indonesia

Data tersebut berasal dari divisi *Human Resource Departement* dan dibantu oleh divisi *Corporate Communication* yang berperan sebagai humas internal (*internal Public Relations*) dan bertugas menjadi jembatan komunikasi antara manajemen PT Followme Indonesia dengan karyawan. Berdasarkan data tersebut, tim *Human Resources Departement* merasa perlu untuk membangun motivasi kerja karyawan, melalui kegiatan *employee relations* seperti pelatihan, penghargaan untuk karyawan, *employee gathering* dan *family gathering*. Penerapan *employee relations* di PT Followme Indonesia diharapkan dapat membangun semangat kerja karyawan. Maka dari itu penelitian ini terfokus pada bagaimana penerapan *employee relations* di PT. Followme Indonesia dalam membangun motivasi kerja karyawan.

Membangun motivasi kerja karyawan, merupakan salah satu tugas *Public Relations*, yakni sebagai penghubung komunikasi antara karyawan dengan pihak manajemen perusahaan. Komunikasi antara karyawan dengan pihak manajemen perusahaan sangat perlu, agar karyawan dapat menyampaikan harapan – harapannya, menyampaikan saran, kritik, serta keluhan, sehingga karyawan akan merasa nyaman bekerja di perusahaan.

Public Relations bertugas membangun, membina serta mempertahankan hubungan harmonis dengan publik eksternal (misalnya pers, pemerintah, pelanggan, dan masyarakat umum) maupun publik internal (misalnya karyawan, pemegang saham) karena keberadaan publik tersebut dapat berpengaruh bagi tumbuh kembang perusahaan. (Irene, 2020). *Public Relations* memiliki peran yang penting dalam menjalankan proses komunikasi kepada publik eksternal maupun publik internal misalnya menyampaikan informasi tentang perusahaan seperti program kerja, penghargaan atau target yang dicapai perusahaan serta kebijakan perusahaan. (Bakiyah et al., 2022)

Untuk membangun motivasi kerja karyawan, *Public Relations* dapat menerapkan kegiatan *employee relations* agar tercipta komunikasi yang bersifat dua arah antara manajemen perusahaan dengan karyawan. Kegiatan *employee relations* sebagai suatu proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan suatu individu dalam usaha untuk mencapai tujuan. (Irawan, 2015). Komunikasi dua arah merupakan factor penting dalam kegiatan *Public Relations* karena bermanfaat untuk menciptakan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan publiknya. (Ayunigtyas, 2019) Selain itu dapat

dipahami bahwa *Public Relations* mengupayakan komunikasi dua arah agar dapat tercipta saling pengertian dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik eksternal dan publik internal. (Normawati, Maryam, S., & Priliantini, 2018)

Tujuan pelaksanaan kegiatan *employee relations* ini antara lain:

1. Untuk sarana komunikasi internal yang bersifat dua arah dalam sebuah organisasi atau perusahaan.
2. Bertujuan menghindari kesalahpahaman atau rintangan komunikasi diantara manajemen perusahaan dengan karyawan.
3. Untuk saluran komunikasi sebagai upaya sosialisasi kebijakan, peraturan yang berkaitan dengan ketatakerjaan pada sebuah organisasi atau perusahaan.
4. Untuk media komunikasi internal agar karyawan dapat menyampaikan keinginan ataupun saran serta informasi, laporan pada pihak manajemen perusahaan. (Ruslan, 2017)

Perusahaan dapat melakukan kegiatan *employee relations* dalam berbagai macam bentuk atau kegiatan, seperti:

1. Program pendidikan dan pelatihan
Program pendidikan dan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan karyawan sehingga dapat memahami tugas atau pekerjaannya.
2. Program motivasi kerja berprestasi
Program ini dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), melalui program tersebut diharapkan karyawan dapat termotivasi dalam bekerja, sehingga dapat mencapai prestasi kerja dan lebih produktif..
3. Program penghargaan

Program penghargaan umumnya diberikan dari pimpinan kepada karyawannya, baik karyawan yang berprestasi maupun berdasarkan masa kerja. Diharapkan melalui pemberian penghargaan, karyawan akan meningkat loyalitas kerjanya.

4. Program acara khusus (*Special Event*)

Merupakan suatu program khusus di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya *event* ulang tahun perusahaan, kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, hingga pergi piknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan seluruh karyawan, sehingga terbangun rasa kebersamaan dan kekeluargaan.

5. Program media komunikasi internal
Bentuk media komunikasi internal misalnya buletin, *news release*, bulettin dan majalah perusahaan, isi pesannya tentang informasi perusahaan serta berita yang berkaitan dengan kegiatan atau perkembangan perusahaan. (Ayunigtyas, 2019)

Sudah menjadi tugas perusahaan untuk selalu meningkatkan motivasi para karyawannya agar mereka dapat bekerja secara baik tanpa tekanan. Jika motivasi di dalam sebuah perusahaan kurang atau bahkan tidak ada, maka produktivitas dan dukungan dari karyawan sudah pasti berkurang hingga hilang sama sekali. Di sinilah peran *employee relations* untuk mendukung dan membantu menyampaikan komunikasi dan apresiasi terhadap karyawan. Kata motivasi sejatinya berasal dari bahasa Latin, yaitu *movere* yang bermakna dorongan atau menggerakkan. Dalam manajemen, motivasi pada umumnya ditujukan kepada sumber daya manusia dan secara khusus ditujukan kepada

bawahan. Motivasi menitikberatkan kepada bagaimana mengoptimalkan daya dan potensi dari bawahan agar dapat bekerjasama secara produktif sehingga bisa berhasil dalam mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan (Hasibuan, 2016). Dukungan dari karyawan sangat diperlukan agar perusahaan dapat mencapai tujuannya. Suatu perusahaan tidak mungkin tanpa karyawan, karena merekalah yang menggerakkan atau menghidupkan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk membuat gambaran dengan sistematis, nyata dan tepat. Metode penelitian deskriptif berupaya menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau sesuai dengan kebenaran yang sedang terjadi serta tidak menjelaskan hubungan antar variabel. (Sari & Fauzi, 2022). Metode penelitian deskriptif yaitu peneliti hanya menggambarkan realita dilapangan, tanpa menghubungkan atau membandingkan satu atau dua *variable*. (Gora, 2019)

Sementara itu untuk pendekatan kualitatif memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) sumber data adalah situasi sebagaimana adanya (*natural setting*), (2) peneliti sebagai *key instrument*, (3) sangat deskriptif, (4) mementingkan proses, (5) memberi makna pada situasi, (6) mengutamakan data langsung atau *first hand*, (7) trigulasi, (8) menonjolkan rincian kontekstual, (9) subjek yang diteliti dipandang berkedudukan sama dengan peneliti, (10) fokus pada perspektif emic, artinya mengutamakan pandangan responden, (11) verifikasi, (12) *sampling* bersifat *purposive*, (13) menggunakan "*audit trial*", (14) partisipasi tanpa mengganggu, dan (15) mengadakan analisis sejak awal (Rukajat, 2018).

Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, agar data yang lengkap dapat diperoleh peneliti. Jenis – jenis wawancara antara lain: wawancara terstruktur, semi-terstruktur, maupun tidak terstruktur. (Hartono, 2018). Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu dengan menggunakan catatan pertanyaan sebagai pedoman wawancara. Untuk kegiatan wawancara *key informan* dalam penelitian ini adalah Direktur *Human Resource Departement* PT Followme Indonesia. Sedangkan informan nya adalah *Corporate Communication*. Observasi adalah data diperoleh berdasarkan pengamatan berdasarkan fakta. (Ramadhan, 2021), berdasarkan hal ini peneliti melaukan pengamatan secara langsung ke perusahaan. Dan untuk data dokumentasi, bersumber dari PT Followme Indoensia, serta referensi yang terkait fokus penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia dilaksanakan oleh tim dari divisi *Human Resources Department* dan dibantu oleh tim dari divisi *Corporate Communication*, divisi tersebut menjalankan peran sebagai *Public Relations*. *Employee relations* digambarkan sebagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun komunikasi dengan karyawan, agar lebih semangat dalam bekerja.

“Employee relations itu sendiri adalah hubungan antar karyawan dan unsur terpenting dari terciptanya hubungan antar karyawan adalah komunikasi. Keberadaannya sangat penting, karena keadaan dan keberlangsungan suatu perusahaan dapat dilihat dari karyawannya.” (Key Informan)

Untuk membangun motivasi kerja karyawan, diadakan kegiatan pelatihan (*training*), kegiatan ini dilaksanakan di semua divisi PT Followme Indonesia, agar karyawan dapat meningkatkan keterampilannya sehingga dapat memahami tugas – tugas nya dan dapat bekerja dengan maksimal.

“Pelatihan ini dilakukan sebagai sarana belajar bagi setiap karyawan. Karena jika kita bekerja di suatu perusahaan kita harus mengerti dan menguasai produk apa yang dijual perusahaan, jangan sampai kita tidak dapat memberikan informasi yang detil kepada customer.” (Key Informan)

“Pada pelatihan tersebut akan ada narasumber yaitu parfum expert. Misalnya, narasumbernya didapatkan dari Perancis yang khusus menguasai tentang aroma parfum. Pelatihan tersebut kami menggunakan teknologi VR untuk memvisualisasikan aroma-aroma yang tersedia, jadi selain mencium aroma, kita juga dapat memvisualisasikan aroma tersebut.” (Informan 1)



Gambar 1. Program Pelatihan All Factory Training

Sumber: dokumentasi PT Followme Indonesia

Selanjutnya penerapan *employee relations* untuk membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia, yaitu berupa kegiatan *weekly report* dan *coffee morning*. Program tersebut merupakan kegiatan diskusi bersama karyawan dengan manajemen. Sesuai namanya program ini

dilakukan setiap minggu, yaitu untuk melaporkan dan mengevaluasi hasil dan target yang dicapai pada setiap divisi. Menariknya, melalui kegiatan ini, karyawan dapat berkomunikasi langsung dengan pimpinan dari divisi masing – masing untuk mengutarakan keluhan kesah mereka dalam menghadapi pekerjaan, serta karyawan dapat memberikan saran, dan menyampaikan ide – ide mereka dengan leluasa. Hal ini dapat memuat karyawan menjadi termotivasi.

“Setiap minggu kita mengadakan diskusi, biasanya kita sebutnya itu weekly report yang berbarengan dengan coffee morning. Kegiatan ini merupakan kegiatan diskusi bersama antara karyawan dengan pihak manajemen, misalnya antara karyawan dengan pimpinan di divisi mereka. Tujuannya untuk memotivasi karyawan sebelum memulai kerja, kegiatan diskusi ini mengenai laporan dan evaluasi mengenai kinerja dari karyawan tersebut, selain itu di kegiatan ini karyawan dapat memberikan ide dan masukan mereka.” (Key Informan)

“Pada kegiatan weekly report, pimpinan biasanya juga akan menyampaikan tentang bonus yang diperoleh karyawan, seperti makan-makan bersama tim atau ada bonus dalam bentuk lainnya. Tapi biasanya kita juga mengajukan, misalnya bulan ini atau bulan lalu tim marketing performanya bagus, penjualannya bisa melebihi target, nah nanti Pimpinan yang menilai dan mempertimbangkan, kalau sekiranya memang terpenuhi, maka manajemen akan memberikan apresiasi kepada tim yang performanya bagus. (Informan 1)



Gambar 2. Apresiasi pada Divisi Marketing Development

Sumber: dokumentasi file *google drive* PT Followme Indonesia

Selain kegiatan pelatihan, *weekly report*, *coffee morning*, dan pemberian apresiasi pada karyawan, untuk membangun motivasi kerja karyawan, *employee relations* juga diterapkan dalam bentuk pemeriksaan kesehatan, dan *family gathering*. Tujuannya agar karyawan juga merasa diperhatikan dari sisi kebutuhan kesehatan jasmani dan membangun kebersamaan dengan keluarga karyawan.

“Supaya karyawan termotivasi bekerja, kami mengadakan pemeriksaan kesehatan gratis, selain itu ada juga jalan – jalan bersama keluarga karyawan. Agar karyawan lebih semangat dalam bekerja jika mendapat perhatian dari manajemen perusahaan.” (Key Informan)



Gambar 3. Pemeriksaan Kesehatan Karyawan PT Followme Indonesia

Sumber: Instagram @followme.indo



Gambar 4 Family Gathering

Sumber: dokumentasi PT Followme Indonesia

Pada kegiatan *family gathering*, karyawan diberikan kesempatan untuk bebas mengekspresikan dirinya melalui *games* yang sudah disiapkan oleh panitia. Setiap karyawan juga berkesempatan untuk memenangkan hadiah dan *doorprize*, serta menyampaikan keluh-kesahnya. Hal ini merupakan salah satu bentuk perhatian dari perusahaan kepada karyawan dan sebagai bahan evaluasi apakah hak dan kewajiban karyawan sudah terpenuhi dengan baik.

“Melihat lingkungan kerja, apalagi industri dibidang produksi itu kan berpacu sama jam kerja dan juga hasil produksi ya, jadi karyawan pasti merasa jenuh juga. Selain itu juga, yang melatarbelakangi program ini adalah inisiatif dari para karyawannya yang membutuhkan refreshing dari tekanan pekerjaan, makanya diadakan family gathering sebagai salah satu contohnya.” (Informan 1)

Motivais karyawan juga dibangun dengan cara memenuhi kebutuhan informasi mereka, tentu karyawan perlu mengetahui perkembangan PT Followme Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, penerapan *employee relations* yaitu mengoptimalkan penggunaan *Whatsapp Grup*, agar karyawan dapat berkomunikasi secara timbal balik dengan pihak manajemen perusahaan, dan juga dengan para pimpinan di divisi masing – masing. Selain itu, ada juga *Instagram* dan papan pengumuman yang berisi informasi –

informasi tentang kegiatan PT Followme Indonesia.

“Kalau untuk kebutuhan informasi karyawan, komunikasi kita lakukan melalui grup WA karena efektif dan lebih cepat untuk menyebarkan informasi dan mendapatkan feedback dari penerimanya.” (Key Informan)

Sedangkan menurut Informan I. mengatakan bahwa:

“Untuk media komunikasi yang kita gunakan adalah whatsapp grup, Instagram, papan pengumuman. Harapannya karyawan tidak akan tertinggal informasi tentang perkembangan semua aktivitas di perusahaan ini, dan bisa juga untuk komunikasi timbal balik, misalnya bisa melalui grup WA dan Instagram Sementara itu papan pengumuman digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan, meski jika papan pengumuman ini satu arah komunikasi nya, namun tetap bisa menambah pengetahuan karyawan tentang informasi terkini di perusahaan.” (Informan 1)

Setelah penerapan *employee relations* tersebut, karyawan lebih termotivasi dalam bekerja, setidaknya belum ada lagi karyawan memiliki loyalitas terhadap PT Followme Indonesia, kinerjanya juga semakin baik, produktivitasnya juga maksimal, sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

*“Kegiatan *employee relations* yang diterapkan, dapat membangun komunikasi yang baik dengan karyawan. Selain itu manfaatnya adalah karyawan menjadi betah bekerja di sini, mereka juga semakin menguasai tugas – tugas mereka, maksudnya semakin terampil dan cekatan, sehingga dapat memajukan perusahaan”.* (Key Informan)

“Karyawan semakin termotivasi, makin semangat bekerjanya, akrena

*kita juga berusaha terus melakukan *employee relations* yang dibutuhkan karyawan, bekerjanya semakin maksimal dan membawa keberhasilan bagi perusahaan.” (Informan 1)*

Pembahasan

Membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia, diterapkan melalui kegiatan *employee relations*. Kegiatannya antara lain pelatihan untuk karyawan, *weekly report* dan *coffee morning*, pemberian apresiasi bagi karyawan yang mencapai target, pemeriksaan kesehatan gratis dan *family gathering*.

Pertama, PT Followme Indonesia menerapkan program pelatihan bagi para karyawan. Tujuan diadakannya program ini adalah sebagai sarana belajar agar karyawan dapat meningkatkan kemampuan mereka. Karyawan pun menjadi termotivasi karena semakin kreatif dan inovatif, sehingga memiliki ide – ide baru serta mutu yang dihasilkan oleh karyawan pun semakin baik sehingga akan berdampak pula pada kemajuan PT Followme Indonesia. Sebagaimana dipahami bahwa karyawan merupakan asset di dalam perusahaan yang mempunyai *value* serta penting untuk diakui keberadaannya, karyawan dapat dikatakan kunci utama selain itu merupakan faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan, dalam menjalankan tujuan - tujuan serta visi misi perusahaan. (Alfianika Maharani et al., 2023)

Kedua, untuk membangun motivasi kerja karyawan, *employee relations* diterapkan dalam bentuk program motivasi kerja berprestasi, yaitu melalui kegiatan *weekly report*, *coffee morning* serta pemberian apresiasi bagi karyawan yang berhasil mencapai target dari masing – masing divisi. Melalui *weekly report* dan *coffee morning* secara rutin, karyawan dan pimpinan dapat berdiskusi secara tatap muka, selain itu

komunikasi yang bersifat dua arah atau timbal balik menambah motivasi karyawan karena mereka dapat memberikan masukan, ide, menyampaikan keinginan dan harapannya, sehingga karyawan diberikan kesempatan untuk mengutarakan pendapatnya. .

Ketiga, terdapat beberapa program acara khusus (*special event*) yang diadakan oleh PT Followme Indonesia, beberapa diantaranya adalah pemeriksaan kesehatan gratis dan *family gathering*. Program ini rutin diadakan setiap tahunnya, Tujuan diadakannya program acara khusus adalah untuk memperhatikan hak-hak karyawan dan menciptakan suasana yang nyaman dan kekeluargaan bagi karyawan. Pemenuhan hak-hak ini dianggap sebagai faktor penting untuk mendorong kontribusi positif dari karyawan, termasuk agar karyawan dapat termotivasi dalam memberikan sumbangsih dalam hal keterampilan, tenaga, dan ide. Selain itu kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkuat hubungan antar karyawan dan antara karyawan dengan atasan. Sejalan yang dipahami dari (Sari & Fauzi, 2022) bahwa seperti kegiatan di luar jam kerja, kumpul atau makan bersama merupakan kegiatan yang di dalam nya dapat berlangsung komunikasi interpersonal yang dilaksanakan pemimpin kepada bawahannya maupun sebaliknya untuk meningkatkan kebersamaan meski kegiatan seperti ini tidak dicantumkan sebagai suatu kebijakan

Keempat, motivasi kerja karyawan juga dibangun dengan melalui pemenuhan kebutuhan informasi karyawan. Papan pengumuman, *Instagram*, *WhatsApp Group* menjadi media komunikasi antara manajemen perusahaan, pimpinan di masing – masing divisi dengan karyawan di PT Followme Indonesia. Dengan begitu, ada keterbukaan informasi tentang perkembangan perusahaan kepada karyawannya.

Penerapan *employee relations* pada karyawan di PT Followme Indonesia telah

berhasil menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi para karyawan. Kegiatannya yang berlandaskan pada komunikasi dua arah membuat karyawan merasa diperhatikan, sehingga termotivasi dalam bekerja. Karyawan menjadi lebih baik kinerjanya, dan lebih produktif. Berdasarkan hal ini dapat dipahami bahwa potensi dari karyawan perlu dikelola dengan baik, supaya bisa memberikan hasil yang maksimal, maka pihak manajemen perusahaan juga perlu mengedepankan cara yang tepat untuk mengembangkan karyawannya agar mempunyai motivasi kerja yang tinggi sehingga membawa perusahaan pada kemajuan. (Permana & Ramdani, 2023). Hal ini berkaitan dengan salah satu spesialisasi yang ada pada *Public Relations* yaitu melakukan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah dapat berlangsung antara pihak karyawan dengan pihak manajemen perusahaan, juga sebaliknya.(Melita, 2018) Secara keseluruhan, Program *Employee Relations* di PT Followme Indonesia berhasil menciptakan lingkungan kerja yang positif serta mampu membangun motivasi kerja karyawan, faktor pendukung seperti suasana kekeluargaan dan keakraban yang terjalin antar karyawan memberikan landasan kuat untuk kelangsungan program ini.

KESIMPULAN

PT Followme Indonesia menerapkan *employee relations* dengan tujuan membangun motivasi kerja karyawan. Membangun motivasi kerja karyawan dilakukan melalui kegiatan pelatihan dengan menghadirkan nara sumber yang dapat memberikan wawasan serta keterampilan sesuai bidangnya, ada juga kegiatan memberikan apresiasi bagi karyawan dalam bentuk bonus yang disampaikan secara terbuka di saat *weekly report* ataupun *coffee morning*, selain itu ada kegiatan *family gathering*, pemeriksaan kesehatan secara gratis bagi karyawan, serta pemanfaatan media

internal seperti *WhatsApp Group*, *Instagram* dan papan pengumuman.

Kegiatan yang disebutkan berlandaskan pada komunikasi dua arah antara karyawan dengan pimpinan di unit kerja masing – masing maupun antara karyawan dengan pihak manajemen PT Followme Indonesia. Komunikasi yang bersifat dua arah dapat memenuhi kebutuhan karyawan yaitu memperoleh kesempatan menyampaikan pendapat serta didengar keluh kesahnya. Hal ini membuat karyawan termotivasi dalam melaksanakan tugas nya, sehingga PT Follwme Indonesia dapat maju dan berkembang sampai saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika Maharani, D., Supriatin, D., & Puspitawati. (2023). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasta Pusaka Sentosa Purbalingga*. *Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 66–77. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/index>
- Ayunigtyas, O. D. dan F. R. Y. (2019). *Employee Relations dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan*. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 1–20.
- Bakiyah, H., Indarsih, M., Yuniani, H., & Astuti, F. D. (2022). *Strategi Komunikasi Public Relations PT Cakra Mahkota Dalam Customer Relations*. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3(1), 20–34. <https://doi.org/10.54895/jkb.v3i1.1352>
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. CV. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Irawan, E. P. (2015). *Penerapan Peran Public relations Pada Program Employee Relations (Studi Kasus Tentang Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Oleh Divisi Human Capital Development PT Kao Indonesia)*. *Lontar*, 3(3), 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v3i3.538>
- Irene, S. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Melita, Y. (2018). *Motivasi Kerja Karyawan Melalui Employee Relations*. *Jurnal Insani*, 5(2), 2407–6856.
- Normawati, Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). *Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect to Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia)*. *Jurnal Komunikasi Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika>
- Permana, R., & Ramdani, D. (2023). *Pengaruh Kegiatan Employe Relations Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Produksi “PT. XYZ” Karawang*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 3370–3384.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, I., & Fauzi, R. (2022). *Penerapan Human Relations dalam Memotivasi Kerja Pegawai pada PT . Batik Danar Hadi*. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 8(1), 49–56.