

**UPAYA KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA
KARYAWAN DI LIVEUP CREATIVE PHOTOGRAPHY**

**Shinta Kristanty¹, Zarah Sandrina Azmi², Mulyati³, Riyodina G. Pratikto⁴, Anggun Putri
Dewanggi Indah Bestari⁵**

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia¹²³⁴⁵

ABSTRAK

Penelitian ini membahas upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Liveup Creative Photography, sebuah perusahaan dokumentasi foto dan video. Karyawan di perusahaan tersebut memiliki pekerjaan dengan target waktu dan memerlukan kreativitas dalam menghasilkan karya – karya foto maupun video yang tentunya disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Bukanlah hal mudah untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan agar memiliki loyalitas pada perusahaan, tentunya dibutuhkan upaya komunikasi internal. Berdasarkan pada paparan tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di vendor Liveup Creative Photography? Penelitian ini menggunakan konsep program – program komunikasi internal dan motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif – kualitatif, melalui wawancara dan observasi untuk memahami upaya komunikasi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan di Liveup Creative Photography perlu untuk ditingkatkan motivasi kerjanya karena pekerjaan mereka memiliki pola yang berkaitan dengan keaktifan dan target dari pelanggan yaitu hasil foto maupun video dokumentasi kegiatan yang sesuai dengan keinginan pelanggan tersebut, maka upaya komunikasi internal yang diterapkan yaitu melalui pemberian kegiatan pelatihan bagi karyawan, acara jalan – jalan bersama karyawan, penghargaan dan diskusi antara pimpinan dengan karyawan.

Kata kunci: komunikasi internal, motivasi, kerja, karyawan

**INTERNAL COMMUNICATION EFFORTS IN INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION
AT LIVEUP CREATIVE PHOTOGRAPHY**

**Shinta Kristanty¹, Zahrah Sandrina Azmi², Mulyati³, Riyodina G. Pratikto⁴, Anggun Putri
Dewanggi Indah Bestari⁵**

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia¹²³⁴

ABSTRACT

This research discusses internal communication efforts to increase employee motivation at Liveup Creative Photography, a photo and video documentation company. Employees in the company have a job with time targets and require creativity in producing photo and video works that are certainly tailored to customer desires. It is not an easy thing to increase employee motivation to have loyalty to the company, of course, internal communication efforts are needed. Based on this explanation, the purpose of this research is to find out how internal communication efforts in increasing employee motivation at Liveup Creative Photography vendors? This research uses the concept of internal communication programmes and work motivation. This research uses a descriptive - qualitative method, through interviews and observations to understand internal communication efforts. The results showed that employees at Liveup Creative Photography need to be motivated because their work has a pattern related to the activities and targets of customers, namely the results of photos and video documentation of activities in accordance with the wishes of these customers, so the internal communication efforts applied are through the provision of training activities for employees, outings with employees, awards and discussions between leaders and employees.

Keywords: internal communication, motivation, work, employees

Korespondensi: Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si, Universitas Budi Luhur. Ciledug Raya, Kota Jakarta Selatan, Jakarta 12260, Email: shinta.kristanty@budiluhur.ac.id

Submitted: September 2024, **Accepted:** Oktober 2024, **Published:** Oktober 2024

OJS: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

PENDAHULUAN

Karyawan merupakan aset utama dalam suatu perusahaan, yang perannya tak tergantikan dalam mencapai tujuan perusahaan secara maksimal. Dalam setiap kegiatan perusahaan, karyawan harus berinteraksi dengan sesama rekan kerja, atasan, serta mematuhi aturan dan kebijakan yang berlaku. Komunikasi, sebagai instrumen untuk menyampaikan informasi, gagasan, atau pendapat, memiliki peran penting dalam memperlancar hubungan ini dan menjaga motivasi kerja karyawan. Hal ini khususnya berlaku bagi perusahaan di sektor kreatif, seperti fotografi, di mana keberhasilan sangat bergantung pada kerja sama tim dan kreativitas individu.

LiveUp Creative Photography, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan videografi untuk dokumentasi acara pernikahan, berdiri pada tahun 2016 di Tangerang. Dalam perjalanannya, perusahaan ini mengalami berbagai tantangan, termasuk penurunan motivasi kerja karyawan yang diakibatkan oleh faktor-faktor seperti tenggat waktu, kepercayaan yang kurang dari pimpinan, dan kebosanan. Oleh karena itu, komunikasi internal yang efektif diperlukan untuk mendukung peningkatan motivasi kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Komunikasi internal yang kuat diharapkan mampu membangun sinergi antara pimpinan dan karyawan, serta meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pencapaian visi dan misi perusahaan.

Komunikasi internal dalam organisasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan antara anggota organisasi, yang bertujuan untuk mendukung tercapainya tujuan bersama. Menurut Siregar (2021), komunikasi internal memiliki peran penting dalam mengatasi ketidakpastian dalam organisasi dengan menciptakan jaringan hubungan yang saling bergantung, di mana pesan dan pemikiran dapat ditukar secara efektif. Komunikasi internal yang baik memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, membantu menciptakan sinergi antar anggota organisasi dalam pencapaian visi dan misi perusahaan. Komunikasi internal melibatkan penyampaian informasi secara jelas, baik di tingkat formal maupun informal, yang mencakup arahan dari pimpinan kepada karyawan, interaksi antar karyawan, serta komunikasi antara berbagai divisi di dalam organisasi.

Robbins & Judge (2015) mengklasifikasikan komunikasi internal ke dalam tiga jenis: komunikasi lisan, tulisan, dan non-verbal. Komunikasi lisan melibatkan penyampaian informasi secara langsung melalui percakapan tatap muka, video konferensi, diskusi kelompok, maupun panggilan telepon, yang memungkinkan umpan balik langsung dan respons cepat dari penerima pesan. Komunikasi tulisan adalah proses penyampaian informasi yang dilakukan melalui media tertulis seperti email, memo, laporan, atau surat. Jenis komunikasi ini penting untuk memastikan informasi dapat direferensi kembali dan digunakan sebagai catatan dokumentasi. Komunikasi non-verbal, yang mencakup bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara, juga berperan penting dalam memperkuat atau bahkan mengubah makna pesan yang disampaikan. Efendy (2013) menambahkan bahwa komunikasi internal juga membantu menghindari kesalahpahaman dalam organisasi dengan memberikan informasi yang akurat dan relevan sesuai kebutuhan anggota organisasi.

Dalam organisasi, komunikasi internal dapat dilakukan melalui dua bentuk utama: komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal mencakup komunikasi dari atas ke bawah, yaitu komunikasi dari pimpinan ke karyawan yang bertujuan memberikan instruksi, arahan, dan motivasi; serta dari bawah ke atas, yaitu komunikasi dari karyawan ke pimpinan yang mencakup pelaporan, umpan balik, atau usulan. Komunikasi horizontal, di sisi lain, terjadi antara karyawan yang memiliki posisi atau jabatan yang sejajar, memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dan berbagi informasi dalam rangka menghindari konflik dan menciptakan sinergi antar tim.

Motivasi kerja didefinisikan sebagai dorongan atau keinginan dari dalam diri seseorang untuk bekerja secara maksimal dalam mencapai tujuan tertentu. Robbins dan Judge (2015) menyebutkan bahwa motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk lingkungan kerja, budaya organisasi, kompensasi, kepemimpinan, dan komunikasi. Fauziah, Ayu, & Try Syahpitra (2020) juga menegaskan bahwa komunikasi yang baik antara karyawan dan manajemen dapat mendorong motivasi kerja yang lebih tinggi dan meningkatkan keterikatan karyawan dengan perusahaan. Menurut Romli (2014), komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan berperan penting dalam membangun kepuasan kerja dan semangat kerja yang berkelanjutan. Hal ini semakin relevan di sektor kreatif, seperti fotografi, di mana kinerja individu berperan besar dalam menciptakan produk berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan klien.

Suryani, Susanti, & Evadiani (2022) juga mengungkapkan bahwa komunikasi internal yang efektif adalah komponen kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan kondusif, yang pada akhirnya berdampak positif pada motivasi kerja karyawan. Mereka menyatakan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya membantu menyelesaikan masalah yang mungkin timbul dalam lingkungan kerja, tetapi juga memperkuat kerjasama dan kepercayaan antar karyawan serta antara karyawan dan manajemen. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Putri (2021), yang menunjukkan bahwa karyawan yang merasa didengar dan dihargai oleh manajemen cenderung memiliki motivasi kerja yang lebih tinggi.

Dalam sektor kreatif, seperti industri fotografi yang diwakili oleh perusahaan LiveUp Creative Photography, komunikasi internal memiliki peran yang sangat krusial. Fabiana Meijon Fadul (2019) menyatakan bahwa meskipun teknologi modern dan peralatan yang canggih telah meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan di sektor ini, sumber daya manusia yang termotivasi tetap menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan. Di LiveUp Creative Photography, yang menyediakan layanan fotografi dan videografi untuk acara pernikahan, komunikasi internal tidak hanya bertujuan untuk mengoordinasikan tugas, tetapi juga untuk membangun budaya kerja yang inovatif dan kreatif, di mana karyawan didorong untuk memberikan ide-ide baru yang meningkatkan daya saing perusahaan.

Menurut Hasugian (2017), terdapat beberapa program komunikasi internal yang efektif untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam organisasi, di antaranya: program pelatihan dan pendidikan, yang membantu meningkatkan keterampilan karyawan dan mempersiapkan mereka untuk tantangan pekerjaan yang lebih tinggi; program penghargaan dan apresiasi, yang memberikan penghargaan bagi karyawan berprestasi untuk mempertahankan motivasi dan kinerja mereka; program acara khusus, seperti outing atau acara sosial yang bertujuan untuk meningkatkan ikatan antar karyawan dan memperkuat budaya perusahaan; dan program media komunikasi internal, seperti majalah dinding atau bulletin, yang menyediakan ruang bagi karyawan untuk berbagi informasi dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan organisasi.

Arung (2022) juga menegaskan bahwa komunikasi internal yang efisien membantu meningkatkan keterlibatan karyawan dalam dialog perusahaan dan memotivasi mereka untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Motivasi kerja, seperti dijelaskan oleh Khusnul (2020), adalah upaya yang dapat mempengaruhi semangat kerja karyawan untuk terus memberikan kontribusi terbaik mereka dalam mencapai tujuan perusahaan.

Asyifa (2016) menyatakan bahwa komunikasi internal memiliki empat tujuan utama: sebagai sarana timbal balik untuk memperkuat hubungan antara manajemen dan karyawan; sebagai alat untuk mengurangi kesalahpahaman; sebagai sarana untuk menyampaikan kebijakan, peraturan, dan tata

kelola perusahaan; serta sebagai media bagi karyawan untuk menyampaikan aspirasi atau saran kepada manajemen. Dengan komunikasi internal yang baik, organisasi dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan produktif antara pimpinan dan karyawan, yang pada akhirnya akan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Penelitian terkait komunikasi internal dan motivasi kerja telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Misalnya, studi Suryani, Susanti, & Evadiani (2022) mengungkapkan bahwa komunikasi internal yang baik dapat mendukung operasional perusahaan secara efektif dan berperan dalam pencapaian tujuan organisasi. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara komunikasi organisasi yang baik dengan peningkatan motivasi kerja karyawan. Penelitian lainnya oleh Putri (2021) menyoroti pentingnya komunikasi internal dalam meningkatkan keterikatan karyawan terhadap perusahaan. Sementara penelitian ini memiliki kesamaan dalam mengkaji peran komunikasi internal, penelitian yang akan dilakukan di LiveUp Creative Photography memiliki fokus khusus pada sektor jasa kreatif dan dampak langsungnya terhadap motivasi kerja dalam konteks industri fotografi.

Penelitian ini akan difokuskan pada ruang lingkup komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di LiveUp Creative Photography. Permasalahan yang dibahas adalah bagaimana upaya komunikasi internal yang diterapkan dapat mendukung peningkatan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami peran komunikasi internal dalam konteks industri fotografi yang memiliki karakteristik dinamis dan berorientasi pada kreativitas. Pertanyaan penelitian yang akan dijawab adalah: Bagaimana penerapan komunikasi internal di LiveUp Creative Photography dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan?

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi tiga aspek utama yang berkaitan dengan komunikasi internal di LiveUp Creative Photography. Pertama, penelitian ini akan menganalisis bentuk komunikasi internal yang diterapkan di perusahaan untuk memahami pola komunikasi yang digunakan dalam interaksi antara manajemen dan karyawan. Kedua, penelitian ini akan mengevaluasi pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja karyawan, dengan tujuan untuk melihat sejauh mana komunikasi internal yang terjalin dapat meningkatkan semangat kerja dan keterlibatan karyawan. Ketiga, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi komunikasi internal yang paling efektif untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan pendekatan komunikasinya dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang komunikasi internal dan pengaruhnya terhadap motivasi kerja karyawan di LiveUp Creative Photography. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan serta mendokumentasikan kondisi aktual yang diamati selama penelitian berlangsung, sehingga data yang dikumpulkan mencerminkan keadaan lapangan secara mendetail (Hamzah, 2019). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dialami subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang terwujud dalam interaksi mereka sehari-hari (Lexy, 2017). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali data mendalam yang relevan daripada berfokus pada kuantitas data (Kriyantono, 2020).

Subjek penelitian ini adalah individu yang memiliki peran penting di LiveUp Creative Photography, termasuk Arifin Triyan Saputro selaku pemilik dan pimpinan perusahaan, serta Gafar

Malik Sutaryo, karyawan yang bertugas sebagai fotografer. Pemilihan subjek didasarkan pada keterlibatan mereka dalam kegiatan komunikasi internal perusahaan yang dapat memberikan wawasan langsung mengenai pola komunikasi dan motivasi kerja di lingkungan organisasi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

- **Wawancara** dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari subjek penelitian terkait dengan pengalaman dan pandangan mereka mengenai komunikasi internal dan motivasi kerja. Menurut Sarosa (2017), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang esensial dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai perspektif yang mendalam.
- **Observasi** atau pengamatan lapangan dilakukan di kantor LiveUp Creative Photography yang berlokasi di Jalan Sudimara Jaya, RT.001/RW.002, Kecamatan Ciledug, Kota Tangerang. Observasi memungkinkan peneliti untuk menyaksikan langsung pola komunikasi, interaksi antar karyawan, dan suasana kerja dalam perusahaan. Berdasarkan panduan dari Sugiyono (2020), penelitian ini menggunakan beberapa bentuk observasi, termasuk observasi partisipatif dan observasi terang-terangan untuk memastikan data yang diperoleh sesuai dengan keadaan nyata.
- **Dokumentasi** dilakukan untuk melengkapi dan memverifikasi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Teknik ini mencakup pengumpulan data berupa arsip, foto, dan dokumen lain yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi internal, seperti foto kegiatan pelatihan, acara makan bersama, dan bentuk interaksi lainnya. Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan bukti pendukung yang memperkuat keaslian data penelitian (Ahyar, 2020).

Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara deskriptif. Proses analisis ini mencakup pengorganisasian data, pengkodean, serta interpretasi untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi internal yang diterapkan dan bagaimana pola tersebut memengaruhi motivasi kerja karyawan. Data yang diperoleh akan diuraikan sesuai dengan konsep-konsep teori komunikasi internal, dengan tujuan untuk menghasilkan gambaran yang terstruktur tentang efektivitas komunikasi internal di LiveUp Creative Photography dalam mendukung motivasi kerja karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Program Pelatihan Bagi Karyawan Junior dan Senior

Program pertama yang dilakukan sebagai upaya komunikasi internal adalah pelatihan. Pelatihan dalam hal ini adalah di bidang fotografi. Program ini dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan para karyawan. Seperti halnya program pelatihan adalah salah satu upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Liveup Creative Photography. Melalui kegiatan ini karyawan sebagai penyedia jasa fotografi akan mendapatkan keterampilan dan pengetahuan dalam memotret, teknik pengambilan gambar, mengedit foto, mengatur pencahayaan serta mempelajari bagaimana komunikasi dan sikap kerja yang harus dimiliki oleh karyawan sebagai penyedia jasa fotografi. Berikut ini hasil wawancara nya:

“Program pelatihan sangat penting untuk diadakan. Apalagi dari pengalama saya ini ya selama 4 tahun sejak tahun 2020 fokus mengembangkan usaha penyedia jasa Photograpghy dan bermitra

dengan berbagai vendor. Dimulai dari awal membangun usaha dalam bidang Photography sampai saat ini, ya ini (Liveup Creative Photography) telah mengalami kondisi pasang surut yang disebabkan oleh beberapa faktor. Jadi dari kontribusi fotografer senior maupun junior ini dalam pelatihan diharapkan menjadi bagian dari motivasi kerja yang berpengaruh signifikan bagi Liveup, baik secara praktik ataupun secara materi untuk meningkatkan kemampuan fotografi.” (Key Informan/ Bapak Arifin Triyan Saputro selaku pendiri Liveup Creative Photography)

“Dalam bidang photography sebagai penyedia pelayanan jasa maka suatu pelatihan sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan kemampuan serta teknik pengambilan objek gambar. Hal ini sebagai tujuan dalam pengembangan diri serta bakat para karyawan Liveup Creative Photography dalam membentuk kreativitas, meningkatkan skill dan meningkatkan motivasi para karyawan untuk menjalankan pekerjaan di bidang photography.” (Informan 1/ Gafar Malik Sutaryo)

Untuk materi pelatihan dibedakan antara materi pelatihan untuk karyawan yang sudah senior dengan yang masih junior (masih baru). Untuk karyawan junior materi pelatihan lebih di tekankan tentang teknik dasar memotret, mengenal fungsi peralatan yang digunakan. Sedangkan yang karyawan sudah senior diberikan pelatihan yang bersifat *advance* atau lanjutan seperti teknik berkomunikasi dengan pelanggan, hal ini dilakukan agar citra dari Liveup Creative Photography juga baik, jika karyawannya memiliki motivasi kerja yang tinggi. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Mengenai hal ini, saya merasa seluruh karyawan menerima materi dan pengetahuan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. fotografer junior mendapatkan materi-materi basic seperti teknik dasar fotografi, sedangkan fotografer senior mendapatkan materi-materi yang lebih berat seperti cara menghadapi client dan membangun komunikasi yang baik dengan client. Untuk materi karyawan junior Liveup berisikan teknik dasar fotografi dalam kamera, seperti speed, diafragma dan iso, teknik dasar dalam pengambilan angle foto (Rule of third), pengaturan pencahayaan (flash, white balance atau menyesuaikan kondisi warna temperature), dan picture style untuk tahap editing. Sedangkan, untuk karyawan senior mempelajari cara membangun komunikasi yang baik dengan klien dan menjaga citra perusahaan, terutama hubungan antara perusahaan dengan vendor ataupun klien, mengembangkan kretaitas dalam pengambilan foto yang unik dan menarik, juga pengambilan gambar dalam foto beauty shoot mengikuti trend masa kini.” (Key Informan)

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami bahwa materi yang diberikan selama pelatihan dirasa dapat memberikan motivasi pada karyawan karena sesuai dengan yang dibutuhkan. Program pelatihan yang diikuti oleh pimpinan serta karyawan ini juga penting sebagai upaya pengembangan diri dan bakat seluruh karyawan, pentingnya program ini sangat berpengaruh bagi keberlanjutan Liveup Creative Photography dan rasa semangat karyawan karena mempunyai kesempatan untuk bersosialisasi dengan banyak fotografer lainnya yang dapat memberikan banyak ilmu pengetahuan mengenai dunia fotografi yang luas, terutama dalam *wedding photography*. Kegiatan pelatihan tersebut diselenggarakan setiap 3 sampai 6 bulan sekali, dengan menghadirkan pembicara ahli dibidangnya, agar para karyawan memperoleh materi pelatihan sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga dapat termotivasi dalam bekerja setelah mengikuti pelatihan fotografi. Dari kegiatan pelatihan ini karyawan jadi memiliki keterampilan di bidang fotografi yang lebih maksimal.

“Iya betul, dalam mendukung peningkatan kemampuan, Liveup Creative Photography selama 2 tahun terakhir ini mengadakan suatu pelatihan setiap 3 bulan sampai 6 bulan sekali disesuaikan dengan jadwal para karyawan dan tentunya pembicara fotografernya. Pelatihan dilakukan dengan beberapa mentor yang berbeda-beda yang berfokus pada *wedding photography* melalui materi flatlay, videografi, attitude dalam berkomunikasi dengan klien dan sebagainya” (Key Informan)

Seperti hal nya disampaikan oleh pimpinan maupun salah satu karyawan yang mengikuti pelatihan fotografi bahwa dari pelatihan yang diikuti dapat memberikan serta meningkatkan pemahaman, keterampilan dalam menjalankan tugas sebagai fotografer di Liveup Creative Photography. Program pelatihan tersebut dirasa mampu memberikan motivasi dalam melaksanakan pekerjaan. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Tentu saja, karena kan dalam pelatihan ini tidak hanya menyampaikan materi-materi basic saja yang mungkin sudah banyak dikuasai oleh beberapa fotografer. Justru dari pelatihan ini kami (karyawan Liveup) mendapatkan banyak ilmu yang sebelumnya tidak pernah kami tahu dan dapatkan. Bisa dibilang, setelah mengikuti beberapa kali pelatihan hingga saat ini program pelatihan telah berjalan dengan lancar dan kami semakin semangat menekuni pekerjaan ini. (Informan 1)

“Saya lihat dari keikutsertaan karyawan terhadap program pelatihan sejak dimulai, karyawan sangat antusias dan berminat yang mana dapat meningkatkan skill dan kemampuan para Karyawan. Tidak terlepas juga dari faktor kemajuan teknologi dan digitalisasi menjadi motivasi untuk Liveup Creative photography untuk terus berkembang dalam memberikan pelayanan jasa photography terbaik bagi vendor atau klien dan membuat karyawan semakin termotivasi.”(Key Informan)

Dari adanya pelatihan materi dan praktik dalam pelatihan berdampak pada kemampuan teknik pengambilan sudut pandang objek yang tentunya tidak didapatkan dengan hanya mempelajari materi saja. Jadi seorang fotografer untuk menguasai teknik *photography* tidak semudah dalam penjelasan materi saja. Lebih dari itu, pengambilan objek gambar dapat berpengaruh terhadap *value* jasa layanan. Pelatihan menjadi pemicu utama untuk karyawan dan menjadi acuan motivasi kerja di Liveup Creative Photography, selain itu dapat meningkatkan aktivitas komunikasi internal antara pimpinan dengan karyawan, maupun karyawan dengan karyawan karena di kegiatan inilah karyawan dapat mengkomunikasikan hal apa yang dirasa masih perlu dipelajari untuk meningkatkan kemampuan fotografi mereka.

Sebagai seorang fotografer harus bisa menguasai kemampuan bakat yang dimiliki. karena, tidak semua orang mempunyai kemampuan dalam dunia fotografi. dalam hal ini, peneliti menanyakan kepada *Informan 1* Gafar Malik Sutaryo mengenai kemampuan yang sangat penting untuk dikuasai : *“Sebenarnya menjadi seorang fotografer cukup simple, cukup dapat mengoperasikan kamera dengan baik saja. Dari hasil-hasil foto yang bagus dapat dijadikan sebagai potfolio dan menarik klien. Dari sini skill komunikasi kita juga dipertajam untuk membangun chemistry dengan klien, sehingga hasil foto atau video yang kita hasilkan itu sesuai dengan kemauan dari klien. Tapi tentunya untuk mempelajari teknik lainnya jadi tuntutan penting sekaligus tantangan yang seru bagi kami.” (Informan 1)*

Program pelatihan bagi karyawan di Liveup Creative Photography mampu meningkatkan semangat ataupun motivasi kerja, karena materi – materi yang diberikan pada saat pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan para karyawan tersebut, selain pengetahuan dan keterampilan, pelatihan dapat menjadi kesempatan berdiskusi dengan para pembicara. Hal ini juga dapat lebih meningkatkan hubungan baik dengan pimpinan di Liveup Creative Photography karena karyawan dapat menggunakan komunikasi internal di pelatihan tersebut untuk memperlihatkan kemampuan fotografi mereka kepada pimpinan, dan pimpinan pun dapat mengevaluasi kemampuan karyawannya. Pelatihan ini telah memberikan nilai tersendiri karena pimpinan memberikan kesempatan pada karyawan untuk meningkatkan keterampilan yang dirasa kurang. Berikut ini kutipan wawancaranya:

“Iya, pelatihan ini menjadi wadah yang sangat membantu untuk menyalurkan, mengembangkan dan meningkatkan bakat diri dalam bidang photography. Menjadi fotografer tidak hanya sebatas hobi

dalam melakukan potret terhadap suatu objek. Namun, lebih jauh dari itu objek-objek yang diabadikan memiliki kisahnya masing-masing. Bekerja sebagai seorang fotografer merupakan profesi yang menyenangkan dengan menggabungkan hobi dan kreativitas. Tentunya dengan mengikuti pelatihan ini saya dan tim memiliki tujuan yang jelas dalam meningkatkan motivasi kerja yang dapat menunjang potensi karir kedepannya dalam jasa layanan photography. Melalui pelatihan ini juga dapat membangun dan memperluas networking diluar lingkungan kerja Liveup Creative Photography, selain itu menjadi bahan evaluasi pimpinan dan terpenting pimpinan mendukung apabila ada karyawan yang dirasa kurang terampil, dapat diikut sertakan melalui pelatihan ini..” (Informan 1)

Berikut ini adalah dokumentasi program pelatihan yang dijalankan oleh Liveup Creative Photography bagi para karyawan dan merupakan bentuk komunikasi internal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan.:



Gambar 1. Program Pelatihan Teknik Fotografi.

Sumber : Dokumentais dari Tim media Liveup Creative Photography



Gambar 2. Mengerjakan Tugas yang Diberikan Saat Pelatihan.

Sumber : Dokumentasi dari Tim media Liveup Creative Photography

Mengacu pada seluruh hasil observasi diatas dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pendidikan ini sangat penting bagi pimpinan dan karyawan selaku fotografer. Dengan adanya pelatihan ini, karyawan mampu menjalankan pekerjaannya dengan senang dan semangat, karyawan merasa termotivasi karena memperoleh kesempatan kepada mengembangkan kemampuan dan bakat. Selain itu, pimpinan juga mampu mengerti kebutuhan materi untuk masing-masing karyawan. Penyampaian materi sendiri yang diberikan kepada karyawan yakni *step by step* dan disesuaikan juga dengan pengalaman. Karena tiap karyawan memiliki kemampuan yang berbeda maka untuk materi pun disesuaikan dan diusahakan semua karyawan akan mendapatkan materi yang sama (nantinya). Untuk mendapatkan materi yang lebih mendalam, karyawan harus mengikuti materi dasar, jadi dalam menggapai materi membutuhkan tahap - tahap hingga kemampuan dan *skill* yang diharapkan tercapai dengan maksimal.

Pemberian Penghargaan Bagi Karyawan

Pada hakikatnya seseorang yang bekerja pasti membutuhkan suatu pengakuan atas pekerjaan yang sudah dilakukan. Untuk itulah diadakan pemberian penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, sehingga karyawan di Liveup Creative Photography dapat lebih termotivasi dalam bekerja. Pengakuan tersebut diharapkan dapat diberikan oleh pimpinan dan juga karyawan. Untuk memenuhi pengakuan maka dibutuhkan penghargaan bagi karyawan berprestasi. Terdapat tolak ukur yang diterapkan oleh pimpinan dalam memberikan penghargaan pada karyawan, antara lain: sikap atau pembawaan diri di lingkungan kerja artinya tidak bermasalah dengan rekan sekerja, disiplin dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tenggat waktu yang dijanjikan ke klien untuk memberikan hasil fotografinya, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan kreatif dalam menyampaikan ide – ide nya. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Untuk penilaian kinerja karyawan, saya selalu menerapkan 5 prinsip umum yang harus diterapkan tiap harinya ketika berada dilingkungan kerja atau ketika berada diluar kantor. Yang pertama, disiplin waktu sebagai efisiensi karyawan yang memiliki dateline ketat dan harus tepat waktu. Selanjutnya, harus diimbangi dengan rasa tanggung jawab terhadap tugas masing-masing, kualitas pekerjaan yang mencakup kecakapan kepada klien, harus bisa menjaga sikap dan inisiatif dalam kerjasama tim.” (Key Informan)

Kriteria penilaian kinerja karyawan tersebut dijadikan acuan sebagai penilaian karyawan terbaik yang berhak untuk diberikan penghargaan. Hal ini merupakan upaya yang tepat untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga karyawan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas dalam bekerja. Dengan adanya penilaian kinerja, maka dapat membantu seluruh karyawan atas hal - hal yang sekiranya harus diperbaiki. Beliau juga menyampaikan bahwa seluruh karyawan tidak keberatan jika *Liveup Creative Photography* melakukan penilaian kinerja, karena hal tersebut membantu karyawan untuk meningkatkan motivasi sehingga dapat bekerja dengan lebih produktif. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Menurut saya sebagai karyawan, penilaian kinerja sangat penting untuk mengevaluasi kinerja kami (tim Liveup) juga self development tentunya. Secara objektif, saya sampaikan dilakukannya evaluasi ini dapat membantu mengetahui hal-hal yang sekiranya masih kurang maksimal. Kami tentunya sangat terbuka jika Liveup Creative Photogrphay melakukan penilaian kinerja dan membuat kami semakin termotivasi menjadi pekerja yang lebih produktif.” (Informan 1)

Selanjutnya tentang pemberian penghargaan kepada karyawan telah disesuaikan dengan prosedur yang ditetapkan perusahaan Liveup Creative Photography, dalam hal ini bagaimana

keterampilan serta kemampuan karyawan dalam mengoperasikan alat – alat seperti kamera foto dan hasil fotonya, juga merupakan faktor yang menentukan pemberian penghargaan bagi karyawan tersebut. Berikut ini kutipan wawancaranya:

“Tentunya dalam penilaian kinerja kepada karyawan ada beberapa poin penting yang perlu ditegaskan. Apalagi kami (Liveup Creative Photography) memiliki jam kerja yang padat pada saat weekend, mengharuskan karyawan on time dan tanggung jawab terhadap klien dalam pembagian tim di beberapa lokasi berbeda. Untuk itu, penilaian kinerja yang dilakukan pun disesuaikan dengan prosedur perusahaan (Liveup Creative Photography) yang meliputi keahlian teknik mengoperasikan kamera, kepekaan detail pencahayaan dalam mengambil gambar, tiap individu dituntut untuk memiliki dasar editing fotografi atau videografer yang kreatif, dan menguasai komunikasi yang baik dengan tujuan dapat memahami dan memenuhi harapan klien.” (Key Informan)

Pada perusahaan Liveup Creative Photography terdapat beberapa poin utama yang perlu diperhatikan dan diterapkan dalam indikator penilaian kinerja karyawan *Liveup Creative Photography* yang mencakup memiliki keahlian teknis dalam mengoperasikan kamera dan teknik pengambilan gambar, mampu dan cekatan dalam menangkap momen dengan memperhatikan detail pencahayaan atau kepekaan visual, kemampuan editing dan kreatif membuat konten-konten menarik sebagai bentuk proses pengembangan *passion photography* dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, sehingga mampu memahami kebutuhan dan harapan klien, serta menciptakan suasana interaktif yang nyaman. Khususnya *Liveup Creative Photography* yang berfokus dalam *Wedding photography* mengharuskan fotografer memiliki kemampuan komunikasi yang cepat tanggap untuk memberikan dan menghasilkan momen pernikahan sesuai harapan klien serta mampu mengelola sesi fotografi. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Dalam hal ini, untuk karyawan yang berhak mendapatkan penghargaan biasanya berdasarkan kriteria tertentu. Tiap kesempatan dalam pemberian penghargaan ditentukan dengan kriteria yang berbeda-beda. Sehingga, karyawan semakin termotivasi untuk berkompetisi positif dan diharapkan calon penerima penghargaan bergantian.” (Informan 1)

Seperti pada perusahaan ataupun penyedia jasa layanan fotografi lainnya. Untuk memberikan motivasi kepada para karyawannya, perusahaan memberikan penghargaan sebagai bentuk apresiasi atas apa yang telah dikerjakan oleh karyawan, hal ini merupakan bentuk komunikasi internal selain pelatihan, karena melalui pemberian penghargaan tersebut, pihak pimpinan dapat mengkomunikasikan rasa terimakasih kepada para karyawan yang telah membantu memajukan perusahaan, dan karyawan pun semakin menunjukkan motivasi kerja mereka dengan disiplin serta bertanggungjawab dalam bekerja.



Gambar 3. Karyawan Menerima Penghargaan Berupa Mystery Box
Sumber : Dokumentasi dari Tim media Liveup Creative Photography

Sebagai bentuk dukungan terhadap karyawan maka program ini sangat tepat untuk dilakukan, dengan adanya sistem *reward* karyawan akan lebih termotivasi. Hal ini dapat dilihat dari evaluasi penilaian kerja yang dilakukan setiap akhir bulan, dengan dilakukannya sistem ini karyawan menunjukkan kinerja yang lebih baik dan tidak hanya karena sistem *reward*, namun bentuk kepuasan kerja karyawan atas hasil yang didapat, karyawan akan merasa puas dengan hasil kinerja masing-masing.

Program Acara Khusus

Program acara khusus yang diadakan oleh Liveup Creative Photography merupakan salah satu upaya yang membantu karyawan untuk meningkatkan motivasi kerja, dan membangun budaya kerja yang positif. Acara yang diadakan yaitu berupa berwisata bersama karyawan. Tujuannya adalah agar karyawan tidak jenuh menghadapi pekerjaan mereka sehari – hari, sehingga dengan acara jalan – jalan santai karyawan dapat lebih semangat ketika nantinya kembali bekerja, dan dapat lebih meningkatkan kearaban. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Setiap setahun sekali Liveup Creative Photography melakukan acara Gatehering yang dilakukan dalam aktivitas berkumpul bersama dengan berwisata atau liburan dan membentuk kebersamaan tim. Tanpa melepas visi misi perusahaan, gathering menjadi aktivitas rutin untuk refreshing, mempererat hubungan, komunikasi antar karyawan ataupun lintas jabatan dan mendorong tumbuhnya inovasi dan inspirasi baru menuju kepentingan bersama. “(Key Informan)

“Sejak terbentuknya Liveup Creative Photography dan saya bergabung pada tahun 2018, hanya melakukan acara kumpul bersama di studio tiap akhir pekan. Namun, memasuki tahun ke-2 hingga tahun ini keluarga Liveup Creative Photography rutin melakukan perjalanan gathering.”
(Informan 1)

Program acara khusus berupa *employee gathering* selain dapat menghilangkan rasa jenuh dalam bekerja, bagi para karyawan juga dapat menjadi kesempatan untuk mengkomunikasikan keluhan

kesah mereka, saran mauoun kritik. Tentunya dapat disampaikan lebih leluasa karena acara nya tidak bersifat formal. Dari acara ini masing – masing karyawan dari unit kerja yang berbeda juga dapat bertemu dan dapat memunculkan juga ide – ide baru yang akan berguna untuk pekerjaan. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Gathering menjadi salah satu rangkaian acara dan fasilitas yang diadakan oleh Liveup Creative Photography untuk memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berlibur dan menjadi pemicu meningkatkan motivasi kerja. Gatheting dapat dijadikan sebagai wadah bagi karyawan untuk memberikan masukan dan pendapat guna meningkatkan komunikasi yang baik..”(Key Informan)

“Jika dilihat dari aktivitas ini tentu saja tidak jauh dari kegiatan berkumpul. Acara gathering menjadi kesempatan bagi kami (para karyawan) untuk dapat menyampaikan saran dan kritik secara positif syang diharapkan memang mendorong tumbuhnya ide-ide baru menuju pencapaian visi misi dari liveup Creative Photography. Dari sini tercipta juga kerja sama tim yang solid.” (Informan 1)



Gambar 4. Acara employee gathering Liveup Cretaive Photography

Sumber: Instagram/@LiveupBoys

Acara *gathering* juga dapat menjadi wadah diskusi antara pimpinan dengan karyawan, dengan begitu, karyawan tidak hanya dapat jalan – jalan santai untuk menghilangkan kejenuhan dalam bekerja, tetapi juga dapat berkomunikasi dengan pimpinan maupun dengan sesama karyawan lebih santai dan terbuka, karena situasi saat *gathering* tentu berbeda dengan situasi formal saat rapat di kantor. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Terbukanya diskusi dalam gathering ini dapat membangun motivasi kerja kami untuk semakin maju di dunia photography. Pengaruh kegiatan ini dapat dirasakan oleh kami untuk menghilangkan penat sejenak untuk nantinya tenang dan siap saat Kembali beraktivitas. Selain itu, rasa cinta kami kepada perusahaan menjadi motivasi diri yang selalu tertanam untuk menghasilkan kinerja lebih baik dan professional. Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, suasana nyaman dan tenang ini dapat menemukan inspirasi baru bagi Liveup karna diskusi bersifat kekeluargaan”(Informan 1)

Selain acara *employee gatherting*, Liveup Creative Photography juga mengadakan program acara khusus seperti selebrasi karyawan yang berulang tahun dan juga rutin setahun sekali mengadakan acara buka puasa bersama. Acara ini bertujuan untuk mengapresiasi karyawan, sehingga jika karyawan merasa dianggap dan dihargai tentunya akan lebih termotivasi dalam bekerja. Berikut ini kutipan wawancaranya:

“Di Liveup sendiri, selain mengadakan acara gathering untuk terus memotivasi dan mendukung motivasi kerja karyawan. Liveup Creative Photography juga mengadakan acara makan –

makan setiap sebulan sekali, selain itu juga selebrasi untuk karyawan yang sedang berulang tahun dan acara buka bersama yang diadakan setiap setahun sekali.”(Key Informan)



Gambar 5. Acara *surpsise* ulang tahun untuk karyawan
Sumber : Instragram/@LiveupBoys



Gambar 6. Acara makan bersama dengan karyawan
Sumber : Instragram/@LiveupBoys

Dukungan untuk meningkatkan motivasi kerja melalui kegiatan program khusus tidak cukup jika hanya dilakukan dengan acara *gathering*. Namun, kegiatan pendukung lainnya juga dibutuhkan dengan tujuan menyatukan kebersamaan yang memberikan dampak positif juga bagi perusahaan untuk kedepannya.

Acara memberi kejutan untuk karyawan yang berulang tahun tersebut atau acara makan bersama, dapat memberikan kesan tersendiri bagi karyawan, karena dalam acara ini ada unsur kebersamaan, perhatian dan peduli pada sesama karyawan dan juga dari pimpinan. Rasa dimengerti, dihargai dan tentunya keberadaanya dianggap ada, hal ini lah yang dapat memberikan semangat dalam bekerja.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa komunikasi internal yang diterapkan di perusahaan Liveup Creative Photography bermanfaat dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Upaya komunikasi internal itu sendiri dalam bentuk pemberian pelatihan bagi karyawan baik yang junior maupun yang senior. Selain itu ada kegiatan *employee gathering*, yaitu jalan – jalan bersama karyawan di mana acara ini bersifat tidak formal dan dapat meminimalisir kejenuhan dalam bekerja, selanjutnya ada acara pemberian penghargaan bagi karyawan, pemberian kejutan ulang tahun dan acara makan bersama dengan karyawan.

Beragam kegiatan tersebut terdapat unsur komunikasi internal di dalam nya. Komunikasi internal merupakan komunikasi yang berlangsung di perusahaan dimana komunikator dan komunikannya adalah karyawan. Dalam hal ini bisa berlangsung antara pimpinan dengan karyawan, pimpinan dengan pimpinan maupun antar karyawan dalam satu ataupun berbeda unit kerja. Tujuan dari komunikasi internal seperti di Liveup Creative Photography adalah meningkatkan motivasi kerja karyawan, karena di Liveup Photography karyawan perlu untuk senantiasa mengedepankan ide – ide kreatif mereka, bekerja dengan *deadline*, dan melayani klien dengan baik seperti memberikan penjelasan dengan bahasa yang mudah, artinya tidak terlalu teknis dengan menggunakan kata – kata yang umum digunakan dalam bidang photography, missal untuk menjelaskan teknik pengambilan gambar lebih mudah dengan istilah gambar diambil dengan sudut yang tampak luas dibanding menjelaskan ke klien dengan istilah *wide shot*.

Hal ini tentunya membuat karyawan yang bekerja di bidang fotografi, seperti Liveup Creative Photography perlu untuk selalu diberikan motivasi agar dapat bekerja dengan giat, semangat dan memilki karakter yang baik juga. Berikut ini ulasan mengenai kegiatan komunikasi internal di Liveup Creative Photography. Komunikasi internal dalam kegiatan pelatihan, yaitu karyawan memperoleh materi dari pembicara, karyawan pun dapat bertanya, berdiskusi untuk menambah keterampilan dan pengetahuan mereka. Ketika berdiskusi satu sama lain, baik pimpinan, pembicara maupun karyawan dapat mengkomunikasikan apa saja yang terkait kendala misalnya pada saat karyawan bertugas sebagai videographer, fotografer, apa saja kendala mereka ketika di lapangan terkait pengambilan gambar sampai pada editing dan saat berkomunikasi dengan klien. Dengan begitu, karyawan tidak perlu sungkan untuk menceritakan kekurangan mereka ketika bertugas, karena dalam pelatihan tersebut baik pimpinan maupun pembicara dengan senang hati memberikan solusi dan semangat bagi para karyawan yang hadir di pelatihan tersebut.

Dalam meningkatkan dan mengembangkan kinerja keterampilan karyawan diperlukan upaya melalui pendidikan dan pelatihan. Dengan adanya pendidikan dan pelatihan suatu perusahaan dapat mencapai harapan dan tujuan yang telah ditetapkan. Karyawan yang mempunyai keterampilan, jiwa profesionalisme, dan sikap tanggung jawab yang tinggi tentunya menjadi harapan dari setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Dalam mengikuti pendidikan dan pelatihan diharapkan karyawan dapat memenuhi standar kemampuan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam hal keterampilan, pengetahuan maupun sikap dan etika yang dapat ditingkatkan setelah mengikuti program pendidikan dan pelatihan tersebut.

Pada *Liveup Creative Photography* telah diimplementasikan program pendidikan dan pelatihan dengan tujuan meningkatkan motivasi kerja, kemampuan, pengetahuan, dan efektivitas dalam bekerja. Program ini dilakukan selama 2 tahun terakhir setiap 3 bulan sampai 6 bulan sekali yang disesuaikan dengan jadwal seluruh karyawan senior dan junior. Dengan diterapkannya program ini diharapkan karyawan dapat mengembangkan kemampuan dalam mengambil suatu objek gambar, mempelajari etika dan sikap kepada client, dan meningkatkan kreativitas.

Program ini dilakukan agar karyawan mampu mengembangkan dirinya masing-masing dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh *Liveup Creative Photography*. Dengan adanya program ini karyawan diharapkan juga mampu meningkatkan motivasi kerja karena *Liveup Creative Photography* telah memberikan wadah kepada seluruh karyawan untuk dapat mengembangkan diri. Hal tersebut juga didukung dengan faktor kemajuan teknologi dan digitalisasi yang menjadi motivasi untuk *Liveup Creative Photography* untuk terus berkembang dalam memberikan pelayanan jasa *photography* terbaik.

Setelah mengikuti program ini harapan serta capaian *Liveup Creative Photography* dalam meningkatkan motivasi kerja dan kemampuan karyawan mendapatkan dampak yang signifikan terutama karyawan termotivasi karena mendapatkan ilmu serta pengetahuan baru yang sulit untuk didapatkan jika hanya mempelajari materi.

Selanjutnya selain pelatihan, terdapat upaya komunikasi internal dalam bentuk pemberian penghargaan kepada karyawan. Penghargaan yang diberikan berupa *mystery box* yang di dalamnya terdapat hadiah bagi karyawan yang berprestasi. Prestasi dinilai berdasarkan kinerja karyawan. Dalam hal ini yang melakukan penilaian adalah pimpinan. Ukuran dalam memberikan penilaian antara lain: kedisiplinan, bagaimana karyawan memberikan ide – ide kreatif mereka, selain itu karyawan juga tidak bermasalah dengan karyawan lain, dapat bekerja dengan tepat waktu dan mampu berkomunikasi dengan baik yaitu ramah dan dapat memberikan penjelasan kepada klien tentang jasa layanan fotografi yang diinginkan atau diharapkan klien.

Penghargaan sebagai bentuk komunikasi internal karena dari pihak pimpinan dapat menyampaikan rasa apresiasinya, rasa terimakasihnya kepada karyawan yang telah bekerja dengan baik dan pimpinan juga dapat menyampaikan harapan – aharaan kedepannya agar karyawan semakin giat dan bersemangat dalam memajukan *Liveup Creative Photography*. Bagi para karyawan kegiatan pemberian penghargaan dapat meningkatkan motivasi kerja mereka, di moment penerimaan penghargaan, karyawan dapat turut menyampaikan apa yang mereka rasakan, seperti rasa bahagia dan bangga telah bekerja atau menjadi bagian dari *Liveup Creative Photography*.

Program penghargaan menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Penghargaan merupakan timbal balik yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan atas capaian target tahunan perusahaan, suatu kinerja karyawan dapat dinilai melalui kemampuan, kreativitas, kecakapan dan keterampilan. Dengan diimplementasikannya program penghargaan dapat

diharapkan karyawan bisa lebih nyaman dan senang dalam menjalankan pekerjaan. Dengan perasaan yang nyaman karyawan akan merasa termotivasi. Selain itu juga mampu meningkatkan hubungan antara pimpinan dengan karyawan,

Pada *Liveup Creative Photography* juga telah diimplementasikan program penghargaan kepada karyawan yang dapat mencapai target tahunan. Penghargaan tersebut diberikan kepada karyawan yang mampu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, selalu disiplin dan tanggung jawab atas pekerjaannya, menguasai kreativitas dalam menyusun undangan yang akan dipotret.

Program penghargaan ini berupa *surprise reward* yang diadakan secara dadakan ketika karyawan berhasil mencapai target tahunan. Terdapat 2 pilihan Surprise reward yang diberikan oleh *Liveup Creative Photography*, yaitu : pertama, *mysterious box* yang berisikan alat, aksesoris kamera, dan sebagainya. Kedua, agenda aktivitas di luar kantor, seperti voucher liburan atau voucher belanja. Selanjutnya, program ini sudah dijalankan selama 2 tahun setiap akhir bulan. Sejalan dengan diimplementasikannya program ini, karyawan lebih termotivasi dan terus berkompetisi untuk mencapai target masing-masing.

Upaya komunikasi internal untuk memberikan motivasi kepada karyawan di *Liveup Creative Photography* berikutnya adalah adanya acara berwisata bersama karyawan, secara rutin setiap tahun dilakukan, agar para karyawan dapat lebih berkomunikasi dengan leluasa baik komunikasi dengan pimpinan maupun antar karyawan. Komunikasi yang dilakukan dengan santai di acara gathering bersama karyawan, dapat membuat karyawan merasa terbuka dalam memberikan saran, kritik serta ide – ide kreatif mereka.

Untuk acara ulang tahun karyawan, yaitu pimpinan bersama karyawan lainnya memberikan kejutan, makan bersama. Komunikasi dalam acara ini juga bersifat non formal, pimpinan dengan karyawan dapat lebih akrab, seperti teman sehingga keluh kesah apapun yang dirasakan oleh karyawan dapat tersampaikan. Para karyawan pun dapat dengan tenang menjalani pekerjaan mereka dan merasa aman dalam menyampaikan pendapat. Selain itu karyawan merasa keberadaannya dihargai, pendapatnya didengarkan.

Komunikasi internal yang baik memerlukan komunikasi yang efisien antara karyawan dengan karyawan, maupun karyawan dengan pimpinan. Oleh sebab itu, komunikasi internal dapat diupayakan dalam berbagai bentuk, selain dialog antara sesama karyawan atau pimpinan dengan karyawan, agar tujuan perusahaan dapat tercapai, memotivasi perbaikan organisasi untuk kedepannya. (Arung 2022) . Demikian hal nya pada perusahaan *Liveup Creative Photography*, komunikasi internal terjadi secara dua arah antara sesama karyawan dan pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya. Komunikasi yang berlangsung dapat memotivasi para karyawan karena tidak hanya dalam suasana formal tetapi juga non formal, beragam nya kegiatan komunikasi internal di *Liveup Creative Photography* seperti pelatihan, *employee gathering*, penghargaan untuk karyawan mampu menjadikan komunikasi internal berjalan maksimal.

Komunikasi internal dapat menjadi digunakan untuk menyampaikan informasi, menjaga hubungan antara seluruh anggota di dalam organisasi, selain itu dapat meminimalisir kesalah pahaman yang bisa saja terjadi di dalam organisasi, serta berguna untuk menyampaikan aspirasi ataupun keinginan anggota organisasi kepada organisasi tersebut. (Agustini 2018). Begitupun pada perusahaan *Liveup Creative Photography*, komunikasi internal dapat membangun kesepahaman antara karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan pimpinan, selain untuk memberikan informasi tentang perkembangan perusahaan, serta target – target apa saja yang harus dicapai, komunikasi internal juga

membantu para karyawan menyampaikan pendapat mereka, sehingga karyawan dapat semakin termotivasi dalam bekerja.

SIMPULAN

Liveup Creative Photography menerapkan komunikasi internal dengan beragam bentuk kegiatan, di antaranya seperti mengadakan pelatihan bagi karyawan, memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, membuat acara jalan – jalan bersama karyawan atau yang disebut sebagai *employee gathering*, dan mengadakan acara makan bersama bahkan memberi kejutan untuk karyawan yang berulang tahun.

Upaya komunikasi internal ini ditujukan untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja. Tuntutan pekerjaan seperti *deadline*, melayani pelanggan sepenuh hati dengan ramah dan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti oleh pelanggan, serta mampu memberikan ide – ide kreatif dalam membuat karya video dan foto, menjadikan karyawan perlu terus diberikan motivasi agar semangat kerja mereka tidak menurun.

Beragamnya kegiatan komunikasi internal yang ada di Liveup Creative Photography telah mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan. Karyawan merasa kebutuhannya terpenuhi, seperti keberadaannya dianggap atau dihormati dan dihargai, diberikan kesempatan menyampaikan ide – ide kreatifnya tanpa ada rasa takut, karyawan juga dapat secara terbuka menyampaikan pendapat, pandangan serta keluhan, saran maupun kritik.

Komunikasi internal yang lebih bersifat dua arah, antara pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya dan antara sesama karyawan, mampu menciptakan hubungan yang harmonis sehingga selain termotivasi, karyawan juga setia pada Liveup Creative Photography. Komunikasi internal tidak hanya berlangsung formal tetapi juga non formal, komunikasi tersebut mampu menciptakan rasa kebersamaan pada karyawan, rasa memiliki tanggung jawab yang besar pada perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi internal yang berhasil di Liveup Creative Photography juga berpotensi diterapkan pada perusahaan – perusahaan kecil menengah lain dalam industri kreatif untuk meningkatkan motivasi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi: Proses & Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Agustini, Nur Annisa; Ninuk Purnaningsih. 2018. “Pengaruh Komunikasi Internal Dalam Membangun Budaya Organisasi.” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16(1): 89–108. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25198>.
- Ahyar, Hardani; et.all. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Akhmad, Bachrudin Ali. 2022. *Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arung, Abner Lumika; Wulan Purnama Sari. 2022. “Analisis Komunikasi Internal Dalam Membangun Kinerja Yang Baik.” *Kiwari* 1(2): 350–55.
- Asyifa, N. 2016. “Implementasi Komunikasi Internal Dalam Membangun Loyalitas Karyawan.” *Jurnal WACANA* 15(1): 22–44. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/38>.

- Batubara, Soultan S. 2020. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Departemen Pengadaan PT INALUM (Persero)." *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)* 3(1): 40–58. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/LIAB/article/view/4581/0>.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fabiana Meijon Fadul. 2019. "Analisis Motivasi Dan Kompensasi Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Karyawan Afmun Photography Banjarmasin." *Analisis Motivasi Dan Kompensasi Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Karyawan Afmun Photography Banjarmasin*: 1–13.
- Fauziah, Hujaimatul, Maristiana Ayu, and Ridho Try Syahpitra. 2020. "Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Plaza Foto Di Bandar Lampung." *EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 5: 53–62.
- Hamzah, Amir. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Rekontruksi Pemikiran Dasar Serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial Humaniora*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hasibuan. 2014. *Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Edisi Revi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasugian, Martha. 2017. "Upaya Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakitjiwa Daerah Atma Husada Mahakam." *E-Journal Ilmu Komunikasi* 5(4): 13–25. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/10/Jurnal Martha \(2\) \(10-13-17-11-34-37\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/10/Jurnal Martha (2) (10-13-17-11-34-37).pdf).
- Khusnul, Wardan. 2020. *Kerja Guru Dalam Pembelajaran*. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Komara, Omay Mandra, Sukomo, and Kasman. 2019. "Studi Pada PT.Bineatama Kayone Lestari Tasikmalaya." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1(2): 174–88.
- Kriyantono, Rachmat. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenada Media Group.
- Lexy, J. Moleong. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mohtar, Imam. 2019. *Hubungan Antara Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Dengan Kinerja Guru Madrasah*. Ponorogo Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. 2015. *Perilaku Organisasi : Organizational Behavior*. 16th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarosa, Samiaji. 2017. *Penelitian Kualitatif: Dasar - Dasar*. 2nd ed. Jakarta: Indeks.
- Siregar, Robert Tua. 2021. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, AW. 2018. *Komunikasi Organisas*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suryani, Suryani, Melan Susanti, and Yuli Evadiani. 2022. "Upaya Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Agta Sinar Jaya Bandar Lampung." *Journal on Education* 5(1): 753–59.

Sutrisno, H.E. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group.

Widiana, K ; Ni Luh Sayang Telagawati. 2023. “Pengaruh Komunikasi Internal Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Kerja Anggota Polri Polsek Sawan.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 10(2): 560–93. <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/615>.