

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LPP TVRI JAKARTA DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN KARYAWAN (EMPLOYEE RELATION)

COMMUNICATION STRATEGY OF LPP TVRI JAKARTA PUBLIC RELATIONS IN MAKING GOOD RELATIONSHIP WITH EMPLOYEES (EMPLOYEE RELATION)

Dwi Korina Relawati

korinarelawati@yahoo.com

Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta

Abstract: *TVRI Pusat Jakarta operates with human resources that need to be developed in terms of employee relationship. It is an effort of the institution in maintaining its existence in the increasingly tight and diverse broadcasting institutions competition. This study aims to determine the internal communication strategy of LPP TVRI Jakarta Public Relations in establishing employee relations when the TVRI Jakarta institution faces problems related to interpersonal relations in organizations that have an impact on the productivity and creativity of the production program on TVRI Jakarta. This research was conducted in TVRI Jakarta especially in the Public Relations Division and used qualitative methods. The results of this study indicate that the internal communication strategy in fostering employee relations conducted by TVRI Jakarta is influenced by the organizational culture, practices, and policies that are applied. The internal communication strategy is delivered heart by heart to convey the message, to instill awareness, and to direct the way of thinking of the employees. The realization of the internal communication strategy of TVRI Jakarta Public Relations is through internal communication tactics by means of giving appreciation, empathy, as well as personal approaches.*

Keywords: *communication strategy, public relations, employee relation*

Abstrak: TVRI Pusat Jakarta beroperasi dengan sumber daya yang bermodalkan manusia yang membutuhkan pembinaan *employee relationship* sebagai upaya lembaga dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan lembaga penyiaran yang semakin ketat dan beragam. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *internal* Humas LPP TVRI Jakarta dalam menjalin *employee relation* tatkala lembaga TVRI Jakarta menghadapi permasalahan terkait dengan hubungan interpersonal dalam organisasi yang berdampak terhadap produktivitas dan kreativitas program produksi di TVRI Jakarta. Penelitian ini dilakukan di TVRI Jakarta khususnya di Divisi Humas dan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal dalam pembinaan *employee relation* yang dilakukan oleh TVRI Jakarta dipengaruhi oleh budaya organisasi, praktik, dan kebijakan yang berlaku. Strategi komunikasi internal diimplementasikan dengan cara heart to heart menyampaikan pesan untuk menanamkan kesadaran dan mengarahkan cara berpikir atau bersikap karyawan. Perwujudan dari strategi komunikasi internal Humas TVRI Jakarta adalah melalui taktik komunikasi internal dengan cara penghargaan, empati, dan pendekatan personal.

Kata kunci: *strategi komunikasi, humas, employee relation*

PENDAHULUAN

Humas saat ini lebih dihadapkan pada kebutuhan untuk mampu membuka diri, menerima masukan dan saran, berdiskusi untuk mencapai pemahaman yang optimal terhadap suatu permasalahan. Humas bukan lagi sebagai “penyambung lidah” namun lebih merupakan “penghubung ide dan kebijakan”, sehingga keberadaannya diharapkan mampu membawa perubahan lebih baik kepada institusi yang diwakilinya. Guna mewujudkan hubungan sinergis dalam sebuah organisasi sebagai suatu sistem, diperlukan komunikasi yang baik. Terkait dengan hal tersebut, LPP TVRI sebagai sebuah organisasi perusahaan milik pemerintah yang bergerak di bidang pertelevisian yang sudah mulai redup seiring dengan banyaknya stasiun televisi swasta lainnya, kini dihadapkan pada masalah utama aktualisasi peranan manajer Humas dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan sebagai usaha membangun dan mengembangkan hubungan baik antara manajemen dengan publiknya dalam hal ini publik internal, demi tercapainya tujuan dari lembaga atau organisasi. Untuk itu dibutuhkan suatu hubungan yang dilandaskan oleh sifat saling percaya demi pemenuhan kebutuhan fisik material maupun spiritual dimana hubungan tersebut dilakukan dengan komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, diantaranya terdapat melalui kegiatan humas. Sebab tanpa komunikasi, maka tidak akan terjadi adanya proses interaksi, saling tukar menukar gagasan, ide, pendapat, ilmu pengetahuan, dan sebagainya. Oleh sebab itu

penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Humas dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Karyawan (*Employee Relations*), dengan tujuan menumbuhkan hubungan baik terutama hubungan baik dalam diri sendiri, untuk menumbuhkan dan mengembangkan relasi, pengertian dan kemauan baik publiknya, serta untuk memperoleh opini publik yang merupakan input organisasi dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dalam hal ini, publik internal adalah salah satu yang dijadikan sasaran dari kegiatan Humas dalam usaha untuk mencapai tujuan lembaga. Sedangkan tujuan penelitian ini ialah ingin mengetahui strategi komunikasi Humas LPP TVRI Jakarta dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan (*employee relations*).

KAJIAN PUSTAKA

Terkait dengan hal tersebut, terdapat tiga konsep utama yang bisa dijadikan basis untuk membedah persoalan tersebut di atas:

1. Strategi Komunikasi

Untuk menjalin hubungan baik dengan karyawan (*employee relation*), maka dilakukan strategi komunikasi yang secara taktis tepat dengan situasi dan kondisi yang ada, untuk itu diperlukan pendekatan (*approach*) tersendiri. Dalam operasionalnya, diperlukan teknik penyampaian atau mempengaruhi komunikasi. Menurut Arifin (1994:73), ada dua aspek yaitu: cara pelaksanaan dan bentuk isinya. Cara pelaksanaan, semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya terlepas dari isi pesannya, yaitu secara repetisi, *canalizing*

(secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki), informatif, persuasif, edukatif, koersif (memaksa).

2. Humas (*Public Relation*)

Humas (hubungan masyarakat) adalah fungsi manajemen khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama (Effendy, 1981: 28).

Public Relation, dengan kata lain, merupakan sebuah fungsi manajemen yang bersifat berkelanjutan yang di dalamnya adalah usaha-usaha untuk menilai dan mengevaluasi sikap publik yang kemudian memperkenalkannya ke dalam sebuah organisasi serta melaksanakan rencana kerja atas dasar kepentingan masyarakat banyak (*public*) dalam upayanya untuk memperoleh itikad baik (*goodwill*), pengertian publik, dan pengakuan publik.

3. *Employee Relation*

Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Dengan diadakannya program *employee relations*, diharapkan timbul hasil yang positif seperti yang diungkapkan oleh Ruslan (2005b), yaitu "karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas, dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin".

Humas haruslah berkomunikasi secara langsung dengan karyawan, ia harus senantiasa mengadakan kontak pribadi (*personal contact*), misalnya dengan bercakap-cakap dari hati ke hati dengan mereka sehingga dapat mengetahui kesulitan, keinginan, harapan, dan perasaannya. Effendy (1981) menyatakan bahwa kegiatan untuk menciptakan hubungan baik dengan para pegawai dapat dilakukan melalui: upah yang cukup, perlakuan yang adil, ketenangan kerja, perasaan diakui, penghargaan atas hasil kerja, penyaluran perasaan, dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang bersifat deskriptif kualitatif dan pendekatan induktif. Penelitian ini cenderung menelaah atau meneliti tentang Strategi Komunikasi Humas LPP TVRI Jakarta dalam Menjalinkan Hubungan Baik dengan Karyawan (*Employee Relations*). Objek penelitian yang diamati dan diteliti yaitu Bagian Humas LPP

TVRI Jakarta. Menurut Parsudi Suparlan, pendekatan kualitatif sering juga dinamakan sebagai pendekatan yang humanistik, karena di dalam pendekatan ini cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan sesuai dengan masalah yang diteliti juga termasuk data yang harus dikumpulkan.

Sementara itu, menurut Bogdan dan Taylor (Maleong, 2008) menyatakan metode kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara menyeluruh, secara *holistic* dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode. Menurut Sugiyono (2009), teknik pengumpulan data biasanya lebih banyak melakukan melalui observasi, berperan serta (*partisipan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang sangat erat kaitannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data hasil wawancara dengan pihak dari LPP TVRI Jakarta (kepegawaian, pimpinan, staf), juga hasil observasi di lapangan. Data sekunder berupa dokumen-dokumen dan arsip dari LPP TVRI Jakarta. Adapun unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi

Humas LPP TVRI Jakarta dalam Menjalinkan Hubungan Baik dengan Karyawan (*Employee Relations*), dan subjek penelitiannya adalah manajemen dan elemen-elemen di dalamnya. Sedangkan informan pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*, adalah Kepala Humas LPP TVRI Jakarta, Kepegawaian, dan Staff. Adapun wawancara mendalam maupun observasi dilakukan dengan turun langsung ke lapangan melihat situasi atau realita objek penelitian ini. Di samping itu, dokumentasi digunakan untuk menghimpun data-data dan literatur melalui berbagai dokumen, arsip, buku, surat kabar, internet, dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka usaha menjalin hubungan baik dengan karyawan (*employee relation*), Humas TVRI Jakarta menempuh strategi komunikasi yang secara taktis sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Dalam operasionalnya dilakukan pendekatan (*approach*) tersendiri, yaitu secara repetisi, *canalizing* (secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki), informatif, persuasif, dan edukatif.

Humas (hubungan masyarakat) senantiasa melibatkan manajemen dalam segala kegiatannya, seperti halnya membantu manajemen dalam menanggapi opini publik, melayani kepentingan umum, membantu mengantisipasi kecenderungan negatif, dan sebagainya. Di samping itu juga melakukan usaha-usaha untuk menilai dan mengevaluasi sikap publik yang kemudian memper-

kenalkannya ke dalam sebuah organisasi serta melaksanakan rencana kerja atas dasar kepentingan masyarakat banyak (*public*) dalam upayanya untuk memperoleh itikad baik (*good will*), pengertian publik, dan pengakuan publik.

Menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan juga dilakukan Humas TVRI Jakarta. Program *employee relations* dilakukan, dan realitanya timbul hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan. Hal ini menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas, dan keinginan mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

Humas TVRI Jakarta juga menempuh komunikasi secara langsung dengan karyawan, mengadakan kontak pribadi (*personal contact*), misalnya dengan bercakap-cakap dari hati ke hati dengan mereka sehingga dapat mengetahui kesulitan, keinginan, harapan, dan perasaannya. Onong Uchyana Effendi menyatakan bahwa kegiatan untuk menciptakan hubungan baik dengan para pegawai dapat dilakukan melalui: upah yang cukup, perlakuan yang adil, ketenangan kerja, perasaan diakui, penghargaan atas hasil kerja, penyaluran perasaan, dan sebagainya. Menurut Kustadi Suhandang, membina hubungan baik dengan para karyawan dapat dilakukan melalui kegiatan: pemberian pengumuman-pengumuman, buku pegangan pegawai, *personal calls*, pertemuan berkala, kotak suara/saran, hiburan dan darmawisata, olah raga, *study tour*, *training*, hadiah-hadiah/penghargaan, klinik/rumah obat,

tempat ibadah, tempat pendidikan, dan sebagainya.

Humas LPP TVRI Jakarta dalam melaksanakan tugas *intern public* dan *extern public*, dengan Strategi Komunikasi sebagai berikut: (1) Mengkoordinasikan seluruh satuan kerja kantor pusat dan daerah serta pihak luar TVRI dalam pelaksanaan tugas-tugas kehumasan dan keprotokolan, meliputi pengaturan penerimaan kunjungan dan pemanduannya; (2) Melakukan publikasi, melalui pengiriman *press release*, agenda mingguan acara TVRI dan artikel ke media cetak lokal/nasional di Jakarta; (3) Menyebarkan informasi kegiatan/kebijakan TVRI melalui majalah Monitor; (4) Mengelola dokumentasi dan publikasi setiap kunjungan kerja ke TVRI; (5) Menyusun dan membuat Kliping Media, yaitu mengumpulkan berita-berita dari media massa mengenai TVRI mengenai kegiatan-kegiatan terkait dengan TVRI seperti Acara Dialog interaktif, serta kebijakan-kebijakan pertelevisian dari mulai iklan hingga berita-berita menyangkut TVRI pada khususnya. PR senantiasa berusaha *update* (mengikuti perkembangan); (6) Menyelenggarakan *press release* atau pertemuan antara wartawan dengan pihak TVRI, dan pihak lain terkait. Kegiatan ini diselenggarakan berkaitan dengan program acara unggulan/non siaran yang perlu dipublikasikan; (7) Membuat pengumuman-pengumuman internal, contoh: pengumuman jadwal kerja sehubungan dengan hari libur, dan sebagainya; (8) Membuat *Press Release* Seputar Acara Baru yang hadir di TVRI, mempromosikan acara-

acara baru yang hadir di layar televisi TVRI; (9) Membuat laporan secara periodik pelaksanaan kegiatan satuan kerja Humas.

Dalam pelaksanaan tugas Humas TVRI mengimplementasikan strategi komunikasi lewat *approach* (pendekatan) dengan cara melakukan komunikasi dua arah atau timbal balik (*two-way communications*). Hal ini bertujuan menciptakan hubungan yang harmonis dalam memperoleh *goodwill*, saling pengertian, *public opinion* yang *favourable*, menciptakan kerjasama yang baik. Sehari-harinya Humas menciptakan, membina, dan memelihara hubungan lewat bahasa hati.

Di samping melaksanakan berbagai kegiatan eksternal, Humas TVRI lebih berfokus pada membangun gairah kerja dan produktivitas kerja yang lebih baik, yang lebih ditujukan untuk pengembangan pribadi dan meningkatkan kinerja. Manajemen Humas mempunyai budaya kerja yaitu menciptakan gairah kerja. Hal ini diwujudkan melalui tindakan nyata seperti: (1) Pemimpin memperhatikan kepentingan-kepentingan anak buah baik ditinjau dari ekonomi, sosial, maupun psikologis. (2) Membina "*mental attitude*" sehingga stafnya dapat memberikan kesan positif pada publik. (3) Memperlakukan tipe karyawannya dengan sikap yang sama, tanpa membedakan-bedakan tingkat, pendidikan, dan lain-lain. Sedangkan kegiatan *external* Humas diantaranya: (1) Mempererat hubungan dengan orang di luar badan/instansi, agar terbentuk opini publik yang *favourable* terhadap lembaga TVRI Jakarta; (2) Mengadakan komunikasi yang sifatnya

informatif dan persuasif, ditujukan kepada *public* di luar TVRI Jakarta, lewat penerbitan Majalah Monitor; (3) Melakukan kerjasama dengan media massa, dengan melakukan kunjungan ke kantor redaksi atau kantor-kantor berita untuk berkenalan dan menjalin hubungan baik.(4) dan sebagainya.

Strategi komunikasi yang dilakukan Humas TVRI Jakarta tidak sesederhana konsepnya, dalam aplikasinya pendekatan mental attitude akhirnya menentukan juga mengingat persoalan kultural yang ada yaitu jarak usia dimana beberapa staf Humas berusia lebih tua dibandingkan dengan pimpinannya. Sehingga, pimpinan mengambil sikap cenderung "permissif" terhadap staf yang usianya lebih senior.

Sejauh itu, tugas-tugas tersebut di atas dapat terlaksana oleh adanya Strategi Komunikasi sehingga terjadi kesamaan pemahaman dan tidak ada misinterpretasi antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam implementasi Strategi Komunikasi tersebut digunakan pendekatan dengan cara memperhatikan konteks komunikasi. Suasana sangat menentukan keberhasilan komunikasi. Humas mempunyai andil dalam mengatur suasana baik di dalam maupun di luar instansi, antara karyawan dengan karyawan maupun antara instansi dengan publik. Apa yang dilakukan Humas LPP TVRI Jakarta, dalam memajemen sebuah relationship yaitu jurus "*Heart to Heart*". Pendekatan inovatif "*Heart to Heart*" diawali dari pimpinan yang berusaha menjadi suri tauladan dengan melakukan hubungan

komunikasi yang efektif, secara rasional dan profesional. Kunci utamanya ialah menjaga keharmonisan hubungan.

Heart to Heart atau dari hati ke hati, meyakini bahwa segala sesuatu yang bersumber dari hati terlebih dahulu yang dikombinasikan dengan kecakapan akal akan menjadi senjata ampuh bagi Humas untuk menyelesaikan sebuah masalah komunikasi bahkan konflik sekalipun. Jurus "Heart to Heart" yang sudah dilakukannya adalah secara langsung meminta maaf jika keliru. Langkahnya yaitu menyadari kesalahan, memberikan penjelasan, dan mengevaluasi diri.

Public Relations (PR) mempunyai andil dalam mengatur suasana di dalam maupun diluar instansi, antara karyawan dengan karyawan maupun antara instansi dengan publik. Apa yang dilakukan seorang PR TVRI Jakarta, dalam memajemen sebuah *relationship* yaitu jurus "Heart to Heart" dari PR sebagai mediator sangatlah *urgent*. Dalam praktek pendekatan inovatif "Heart to Heart", PR berusaha menjadi suri tauladan yang berasal dari pimpinan dengan melakukan hubungan komunikasi yang efektif, secara rasional dan profesional. Tugas dominan untuk menjaga keharmonisan hubungan. *Heart to Heart* atau dari hati ke hati, segala sesuatu yang bersumber dari hati terlebih dahulu yang dikombinasikan dengan kecakapan akal akan menjadi senjata ampuh bagi PR untuk menyelesaikan sebuah konflik. Jurus "Heart to Heart" yang diterapkan PR diantara langkah-langkah yang sudah dilaku-

kannya adalah Langsung meminta maaf jika keliru, menyadari kesalahan, memberikan penjelasan, dan mengevaluasi diri.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan hasil penelitian Strategi Komunikasi Humas LPP TVRI Jakarta dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Karyawan (*Employee Relations*), bahwa strategi komunikasi sudah dilakukan dengan baik, namun jika dikaitkan dengan pelaksanaan kerja, memperlihatkan bahwa praktek-praktek komunikasi belum sepenuhnya menjamin optimalnya kinerja. Terbukti, pimpinan seringkali permisif sehingga disiplin kerja karyawan belum bisa optimal. Karyawan terlalu santai dalam menghadapi pekerjaannya, sehingga seringkali pekerjaan tidak tuntas dalam waktu satu hari. Hal ini dipicu juga dengan *variable* lain ternyata untuk sarana dan prasarana kehumasan masih kurang memadai seperti perangkat telepon untuk fax yang kurang, komputer yang terbatas jumlahnya, dan lain sebagainya. Hal ini menyebabkan kurang efektif dan efisiennya karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi *Public Relations* LPP Humas TVRI Jakarta dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan (*employee relations*) adalah dengan melaksanakan dua komunikasi (*two way communication*) yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Dalam komunikasi internal dilakukan dengan cara menggerakkan seluruh pegawai dan karyawan agar membe-

rikan *service* atau pelayanan yang baik pada masyarakat dan untuk bekerja lebih produktif dan efisien. Sedangkan komunikasi eksternal dilakukan dengan cara membuat majalah monitor, memberikan layanan kepada masyarakat dengan sebaik mungkin tanpa membeda-bedakan status ekonomi dan sosial masyarakat yang dilayani sesuai standar operasional pelayanan yang telah ditetapkan.

Sehubungan dengan tersebut, disarankan perlu diciptakan mental kerja yang handal, dalam upaya peningkatan kemampuan, keterampilan, dan keahlian pegawai yang didukung disiplin kerja yang tinggi, motivasi kerja yang bagus serta memiliki wawasan yang luas dengan memberikan pendidikan dan pelatihan dibidang *public relation*, agar dapat melaksanakan tugas dengan lebih baik, juga perlu dilakukan rencana dan evaluasi program-program *public relation* agar dapat mencapai hasil yang baik serta tugas seorang *Public relations* harus pula menyusun dan membuat rencana serta kebijakan yang dapat dijadikan acuan dalam pencapaian tujuan meningkatkan hubungan baik dengan karyawan (*Employee Relations*) secara konkret dengan pelayanan prima.

Dalam pada itu, perlu meningkatkan kreativitas dan inovasi yang lebih baik untuk mencapai tujuan yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang professional di bidang *Public Relation* sehingga dapat melaksanakan rencana dan kebijakan yang telah ditetapkan dengan kreativitas dan inovasi yang tinggi. Guna membangun hubungan baik antar pegawai,

maka Humas harus meningkatkan peranannya yaitu dengan meningkatkan komunikasi empati namun tidak terlalu permisif, lebih baik lagi. Upaya-upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan melaksanakan pekerjaan melalui layanan prima oleh Humas LPP TVRI Jakarta.

Secara operasional, bisa disampaikan bahwa sebaiknya pimpinan jangan terlalu permisif terhadap staf meskipun kepada staf yang lebih senior usianya. Pimpinan semestinya dalam urusan dinas lebih tegas lagi dalam menerapkan gaya komunikasinya. Komunikasinya kepada staf/karyawan untuk memacu motivasi kerja staf yang lebih tinggi lagi. Masih terdapat staf kurang disiplin dalam hal kedatangan kerja, sehingga pekerjaannya terkadang tidak dapat terselesaikan dalam satu hari ini. Bila pimpinan tegas dalam menerapkan gaya kepemimpinannya dalam memberikan peringatan kepada bawahannya, maka tidak tertutup kemungkinan karyawan menjadi disiplin dalam bekerja dan memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap wewenang pekerjaannya. Untuk dapat disiplin, maka disarankan sebagai berikut:

- Pimpinan perlu juga menyediakan *timer* sebagai absensi staf/karyawan bekerja.
- Sebaiknya pimpinan juga memperhatikan kembali sarana dan prasarana kehumasan seperti komputer, alat fax, internet, dan lain sebagainya, hal ini penting sekali untuk memperlancar keefektifan dan keefisienan tugas dari pekerjaan humas itu sendiri.

- Sebaiknya bagian humas perlu mengadakan *family gathering* secara rutin periodik kepada seluruh karyawan untuk dapat meningkatkan jalinan komunikasi antar karyawan yang lebih baik lagi dan membangkitkan motivasi kerja karyawan juga.

Bidang komunikasi dan *public relation* kini menjadi salah satu kunci terpenting yang berperan dalam suatu industri dan jasa untuk bersaing pada era saat ini. Hal ini, karena setiap sektor industri maupun jasa akan saling bersaing menciptakan *image* positive sehingga dapat memberikan inovasi yang terbaru dan terpercaya. Dalam era globalisasi *public relation* akan sangat berperan, apabila organisasi tidak memanfaatkan bidang *public relation* tersebut bakal tertinggal karena tidak menguasai perolehan dan penyebaran informasi. Berdasarkan pertimbangan tersebut relevan kiranya apabila penelitian ini bisa dikembangkan lagi mencakup kinerja Humas ke arah eksternal organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (1994). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. Armico.
- Broom & Dozier. (1989). *Using Research in Public Relations*. New Jersey: Practice Hall.
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, F. (2003). *Public relations (Cetakan Kelima)*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kasali, R. (1994). *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Ruslan, R. (2005a). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2005b). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sitepu, E. S. & Faulina. (2011). *Profesional Public Relations*. Medan: USU Press.

JURNAL:

- Agozzino, A. (2015). Dialogic Communication Through "Pinning": An Analysis of Top 10 Most-Followed Organizations' Pinterest Profiles. *Public Relations Journal*, 9(3). www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol9/No3/
- Steyn, B. (2004). From Strategy to Corporate Communication Strategy: A Conceptualization. *Journal of Communication Management*. 8(2), 168-183.
- Dozier, D.M., & Broom, G.M. (1995). Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice. *Journal of Public Relations Research*, 7, 3-26.
- Daradirek. (1995). Applying Broom's Scaletto Thai Public Relations Practitioner. *Journal of Public Relations Review*, 21(4).