

# PENINGKATAN EMPLOYEE RELATIONS, MELALUI POLA KOMUNIKASI

Sintar Nababan  
sintarnababan@gmail.com

## ABSTRAK

Di dalam suatu organisasi yang mengatur hubungan antara perusahaan dan para karyawannya disebut *employee relations*. Kegiatan ini untuk menciptakan komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis, hubungan keduanya untuk mempengaruhi produktivitas kerja organisasi. Karyawan sebagai sumber daya manusia yang menjadi bagian dari unit usaha perusahaan yang membantu menggerakkan perusahaan, sangat mustahil bagi perusahaan untuk berkembang tanpa karyawan. Oleh karena itu menjalin hubungan yang baik dengan karyawan melalui kegiatan *employee relations* dan menjadi bagian yang sangat penting dalam mempengaruhi produktivitas kerja yang dihasilkan. Penelitian ini ingin mengetahui bahwa pola komunikasi dapat berpengaruh dalam peningkatan *employee relations*. Menurut Ruslan (2015) bahwa pola komunikasi dalam organisasi pada aktivitas *employee relation* bertujuan untuk menciptakan iklim komunikasi yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, membangkitkan minat, semangat kerja, produktivitas kerja, motivasi yang mengarahkan pada hubungan karyawan (*employee relations*) yang positif. Penelitian dilaksanakan di PT Investama Dananon Klaten, pendekatan penelitian kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Subjek dalam penelitian adalah karyawan dan bagian humas PT Investama Dananone Klaten. Hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi yang diterapkan adalah komunikasi formal dan non formal. Pola transformasinya berbentuk *downward communication, upward communication, horizontal communication* dan *diagonal communication*. Hubungan komunikasi pimpinan dan bawahan sangat harmonis suasana kerja yang mementingkan komunikasi terbuka, penuh kepercayaan dan tanggung jawab dan adanya desentralisasi pengambilan keputusan antara pimpinan dan bawahan dan sesama karyawan, memperlancar arus komunikasi terutama berkenaan dengan tugas-tugas karyawan. Kondisi seperti ini mampu meningkatkan semangat kerja dan loyalitas para karyawan.

Kata Kunci : Pola komunikasi, *Employee Relations*, produktifitas.

## ABSTRACT

*In an organization the one that manages the relationship between company and its employees is called employee relations. This activity is to create a good two-ways communication between management and employees in an effort to foster cooperation and harmonious relationship between employee and management as to influence the work productivity of the rganization. Employees as human resources that are part of the company's business unit take a part to run the company, it is impossible for the company to expand without employees. Therefore, establishing a good relationship with the employees through employee relations activities will influence working productivity. This*

research aims to to know that communication patterns can influence in the improvement of employee relations. According to Ruslan (2015) that the communication patterns within the organization on employee relations activities promotes communication climate that take a part to the achievement of the company's goals, generate interest, productivity, motivation which lead to positive employee relations. The research was conducted at PT Investama Dananon Klaten using qualitative research methods in depth interview. Subjets in the study were employees and public relations officers of PT Investama Dananone Klaten. Then, the result of this study is that the applied communication pattern is formal and non formal communication, in this case is information delivery from managers to the staff. The transformation patterns are downward communication, upward communication, horizontal communication and diagonal communication. The communication between managers and staffs, and vice versa, is harmonious, it also happens among staffs. The working atmosphere emphasizes open communication, full of trust and responsibility. There is decentralization in decision making that can facilitate the flow of communication especially with respect to the employee's duties. Therefore, such conditions can improve the motivation and loyalty of the employees.

*Keywords: Communication pattern, Employee Relations, productivity.*

## 1. PENDAHULUAN

Setiap organisasi baik non-profit maupun profit tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Upaya mencapai tujuan tersebut dibutuhkan kerjasama yang baik di antara sumber daya yang terdapat dalam organisasi. Salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi adalah karyawan. Karyawan merupakan salah satu anggota organisasi yang dapat menentukan keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Tanpa adanya dukungan yang baik dari para karyawan maka organisasi akan sulit dalam mencapai tujuannya.

Karyawan dapat bekerja dengan baik apabila didalam organisasinya terdapat bentuk hubungan dan komunikasi yang baik antara pihak manajemen dan para karyawan sebagai bawahannya. Untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota, maka dibutuhkan bentuk

hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi. Hubungan komunikasi yang terjadi dalam organisasi itu disebut dengan pola komunikasi dalam struktur organisasi. Pola komunikasi dalam struktur organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Organisasi tidak mungkin berjalan dengan baik tanpa kegiatan komunikasi.

Aktivitas komunikasi dapat mempertemukan antara karyawan dengan atasannya dalam berbagai kegiatan organisasi/perusahaan misalnya rapat, pertemuan-pertemuan, sosialisasi program, dan seminar. Kegiatan ini dapat membentuk pola komunikasi organisasi dan membentuk iklim komunikasi. Iklim komunikasi positif dapat dilakukan dengan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan atau pihak manajemen dengan para karyawannya, secara formal ataupun informal.

Kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi merupakan sarana teknis suatu kegiatan dengan menggunakan berbagai metode komunikasi yang bertujuan untuk mengelola sumber daya manusia dalam pencapaian tujuan organisasi terutama untuk peningkatan produktivitas perusahaan secara kuantitas maupun kualitas baik berupa produk yang berupa barang ataupun pemberian jasa yang akan ditawarkan kepada publik sasaran maupun konsumen (*customer*).

Organisasi menurut Wahyudi (2011) "peraturan personil (*arrangement of personal*) guna mempermudah pencapaian beberapa tujuan yang telah ditetapkan (*for facilitating the accomplishment of some agreed purpose*) melalui alokasi fungsi dan tanggung jawab (*through the allocation of functions and responsibilities*)."

Maksud pengertian diatas bahwa dalam organisasi terdapat :1. Kumpulan dua orang atau lebih. 2. Kerja sama. 3. Tujuan bersama. 4. Sistem koordinasi kegiatan. 5. Pembagian tugas dan tanggung jawab personil. Organisasi yang baik harus memiliki pemimpin serta susunan manajemen yang baik dan pembagian tugasnya yang jelas; Masing-masing bagian, divisi, maupun seksi juga aktif memainkan perannya dan tanggung jawab sesuai dengan struktur organisasinya dalam mencapai tujuan organisasi.

Organisasi dikatakan tidak sehat apabila karyawan tidak merasa nyaman, puas, karena ada ketidakadilan, misalnya : penggajian, kenaikan jabatan dan penempatan posisi tidak sesuai kriteria dan tidak melalui *step* atau prosedur yang benar; tidak ada penghargaan jika seseorang mempunyai kinerja baik atau tidak diberikan apresiasi dan sebaliknya

karyawan yang bermasalah tidak pernah diberikan hukuman. Hal ini akan menimbulkan masalah atau konflik antar karyawan dan karyawan dengan pihak manajemen, akibatnya sering terjadi demo (mogok kerja), rendahnya kinerja karyawan yang akan merugikan organisasi.

Konflik organisasi (*organizational conflict*) adalah ketidaksesuaian antara dua atau lebih anggota-anggota atau kelompok organisasi dengan adanya pembagian sumber daya yang terbatas atau kegiatan kerja dimana karyawan mempunyai perbedaan status, tujuan, nilai dan persepsi, sehingga konflik dapat menimbulkan bermacam-macam dinamika perilaku organisasi (Wahyudi, 2011).

Pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi sangat dipengaruhi kegiatan *public relation*. Dalam kegiatan *public relations* terdapat berbagai macam bentuk hubungan dalam pembentukan publik diantaranya adalah, *community relations, government relations, consumer relations, investor relations, media relations* dan *employee relations* (Sulistiorini, 2015). Tujuan hubungan ini untuk mencapai pengertian publik (*public understanding*), kepercayaan publik (*public confidence*), dukungan publik (*public support*), dan kerjasama publik (*public cooperation*).

Di dalam suatu organisasi yang mengatur hubungan antara perusahaan dan para karyawannya (*employee relations*) adalah *public relation corporat* atau *humas* (pemerintahan). Dengan kata lain *employee relations* adalah bentuk hubungan yang dilakukan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya.

*Employee relations* juga bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama (*relationship*) serta motivasi diantara pihak manajemen dengan para karyawannya. Menurut Frank Jefkins (dalam Ruslan, 2015), hubungan publik internal sama pentingnya dengan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lainnya.

Komunikasi ke dalam melalui *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yang mana karyawan merasa mendapatkan perlakuan yang adil, ketenangan bekerja, perasaan diakui, mendapatkan penghargaan atas hasil kerja dan sebagai penyalur perasaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*).

Berdasarkan pendapat tersebut, bahwa pola komunikasi dalam organisasi pada aktivitas *employee relation* bertujuan untuk menciptakan iklim komunikasi yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, berupa iklim komunikasi yang dapat berkembang dengan baik, iklim komunikasi yang dapat meningkatkan saling keterbukaan dan hubungan baik antara pihak manajemen dengan setiap karyawan, iklim komunikasi yang berorientasi pada kepentingan karyawan, dan dapat membangkitkan minat, semangat kerja, produktivitas kerja, motivasi yang mengarahkan pada hubungan karyawan (*employee relations*) yang positif.

Dalam penelitian ini penulis memilih PT Investama Dananon Klaten sebagai objek penelitian. Alasan-alasan penulis dalam memilih sebagai objek penelitian adalah, karena pihak manajemen secara gencar melakukan kegiatan

untuk karyawan dalam lingkungan organisasinya yang tujuannya untuk meningkatkan *employee relations* yang akan menghasilkan pelayanan jasa dan produktivitas kerja karyawannya. Kegiatan tersebut berlangsung secara rutin, setidaknya setiap bulan. Oleh karena itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian ini sementara menurut beberapa karyawan menyatakan bahwa kegiatan rutin dilakukan akan memiliki pengaruh positif terhadap hubungan karyawan (*employee relations*) di lingkungan PT Investama Dananon Klaten.

Komunikasi merupakan media yang baik untuk menjalin hubungan baik antara sesama karyawan, atau atasan dengan bawahannya. Melalui kegiatan ini karyawan juga mendapatkan informasi-informasi penting mengenai pekerjaan ataupun mengenai kebijakan-kebijakan baru dari perusahaan. Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan di atas, sehingga penulis ingin mengetahui apakah pola komunikasi sangat berpengaruh terhadap *employee relations*.

Menurut Rosady Ruslan (2012), bahwa program kegiatan *employee relations* dalam perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk program kegiatan yang didalamnya terdapat jaringan komunikasi baik jaringan komunikasi formal maupun jaringan komunikasi informal, dengan tujuan membentuk iklim komunikasi organisasi yang positif, antara lain melalui:

1. Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

2. Program motivasi kerja berprestasi, program ini dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training (AMT)*, di mana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.
3. Program penghargaan, program ini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.
4. Program acara khusus (*special events*) yakni merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka *event* ulang tahun perusahaan, diadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba dan hingga wisata bersama yang diikuti oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara semua karyawan dan pimpinan.
5. Program media komunikasi internal, program ini membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, *news release* (majalah dinding) dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan. Keberadaan media tersebut, sifatnya harus dapat memenuhi

kebutuhan kedua belah pihak. Bagi perusahaan sebagai media penyampai informasi dan bagi pembaca memperoleh informasi yang dibutuhkan dan meningkatkan kualitas hidup (*selfimprovement*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam. Subjek penelitian adalah karyawan bagian humas PT Investama Dananone Klaten.

## II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi PT Investama Danone Klaten.

Aqua Group didirikan oleh Almarhum Tirta Utomo, warga asli Wonosobo pada tahun 1973. Pada awalnya market Aqua adalah orang-orang asing yang ada di Indonesia, karena mereka yakin air kemasan lebih steril dan aman daripada air tanah dan air PDAM. Dengan mendirikan pabrik air minuman dengan mesin yang canggih di Bekasi, sehingga orang asing lebih percaya dengan minuman air kemasan ini. Tidak mengherankan bila pada awalnya produk Aqua yang mirip dengan Polaris mulai dari bentuk botol kaca, merek mesin pengolahan air, sampai mesin pencuci botol serta pengisi air.

Dua tahun kemudian, produksi pertama Aqua diluncurkan dalam bentuk kemasan botol kaca ukuran 950 ml dengan harga jual Rp.75, hampir dua kali lipat harga bensin yang ketika itu bernilai Rp.46 untuk 1.000 ml. Aqua berasal dari bahasa Latin yang artinya air, dimana pada awalnya dijual untuk orang asing, tetapi kemudian melihat pasar masyarakat

Indonesia juga memiliki potensi, Kesuksesan Aqua, menarik beberapa perusahaan lain untuk membuat nama di air mineralnya dengan nama Aqua. Pada tahun 1982, Aqua mengganti bahan baku (air) yang semula berasal dari sumur bor ke mata air pegunungan yang mengalir sendiri (*self-flowing spring*) karena dianggap mengandung komposisi mineral alami yang kaya nutrisi seperti kalsium, magnesium, potasium, zat besi, dan sodium. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk dan menempatkan AQUA sebagai produsen air mineral dalam kemasan (AMDK) yang terbesar di Indonesia dan mempunyai banyak cabang di Indonesia salah satunya adalah PT Investama Danone Klaten.

## B. POLA KOMUNIKASI PADA PT. INVESTAMA DANONE KLATEN

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Jaringan komunikasi formal adalah pesan yang mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau fungsi pekerjaan. Ada tiga bentuk utama, yaitu : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal.

1. Komunikasi ke bawah (*downward communication*) adalah arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pemimpin kepada bawahannya. Pada saat para manajer mengeluarkan suatu kebijakan tentang perusahaan,

instruksi kerja atau aturan dan tata tertib yang harus dituruti para karyawan informasi dari manajer dan dituruti para karyawan atau bawahan sehingga disebut dari atas ke bawah atau menurun. Ada lima tipe komunikasi ke bawah, yaitu :

- a. Instruksi kerja adalah pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.
- b. Rasional adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi.
- c. Informasi adalah pesan yang dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktek-praktek organisasi, peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain. Balikan yaitu pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Ideologi adalah pesan yang bertujuan mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.
- d. Komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Apabila ada masukan-masukan dari staf atau bawahan dan dianggap perlu sehingga dari informasi dari bawah ke atas.

2. Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi.

3. Jaringan komunikasi informal yaitu bila karyawan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi atau jabatan mereka dalam organisasi, maka pengarahannya bersifat pribadi. Jaringan komunikasi ini lebih dikenal dengan desas-desus (*grapevine*) atau kabar angin (Muhammad, 2007 : 124). Komunikasi ini dapat dilakukan para staf yang tidak satu bagian tetapi dalam satu perusahaan yang sama ataupun para manajer yang berbeda divisinya.

Hasil wawancara dari beberapa pejabat di karyawan PT Investama Dananon bahwa komunikasi yang paling efektif dilakukan adalah komunikasi dua arah, akan tetapi PT Investama juga menggunakan komunikasi satu arah mis; peraturan, disiplin kerja dan yang menyangkut kebijakan perusahaan bahkan komunikasi non formal (*grapevine*) antar karyawan yang bukan satu bidang kerja. *Employee relations* bentuk hubungan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari satu perusahaan atau lembaga swasta ataupun pemerintah dan tanpa suatu komunikasi tujuan organisasi tidak akan tercapai, baik menggunakan komunikasi satu arah ataupun dua arah.

Komunikasi perlu dibangun dan ditingkatkan karena tanpa komunikasi yang baik organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Sebesar apapun permasalahan

dapat diselesaikan dengan komunikasi dan sebaliknya sekecil apapun masalah tanpa komunikasi akan menjadi masalah besar. Perlu membangun iklim komunikasi yang baik agar meningkat motivasi kerja atau kinerja karyawan. Lingkungan organisasi yang kondusif dan penuh kekeluargaan akan menimbulkan semangat kerja yang baik dan rasa memiliki terhadap perusahaan.

Komunikasi dua arah yang baik, adanya komunikasi pihak manajemen dengan para karyawannya di dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya. Kegiatan *employee relations* juga bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama (*relationship*) serta motivasi diantara pihak manajemen dengan para karyawannya.

### C. Komunikasi mempengaruhi *Employee Relation*.

Dengan diadakannya kegiatan *employee relations* yang rutin akan meningkatkan suatu produktivitas kerja karyawan dan tidak terlepas dari bagaimana upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola karyawannya. PT Investama sudah membangun rasa kebersamaan dan saling menghargai untuk peningkatan produktivitas kerja dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dari beberapa karyawan mengatakan bahwa para pimpinan PT Investama sangat perhatian terhadap karyawan sering melakukan kegiatan pertemuan keluarga misalnya lebaran dan ulang tahun PT Investama. Selain itu apabila ada anak

dari karyawan yang berprestasi akan diberikan beasiswa.

Upaya yang dilakukan PT Investama dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawannya, yaitu dengan cara memberikan kenyamanan seperti mencukupi semua kebutuhan karyawan misalnya kebutuhan dasar (gaji), memberikan berbagai pelatihan yang berguna untuk meningkatkan kemampuan *skill* dan menciptakan *team building* yang kuat dan kekeluargaan yang semua itu dilakukan melalui kegiatan *employee relations*.

Dari hasil penelitian penulis melihat kegiatan *employee relations* dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan PT Investama Danone Klaten dengan adanya kegiatan membangun rasa saling menghargai dan menghilangkan jarak komunikasi antar karyawan dan memberikan pemahaman bahwa karyawan di dalam suatu perusahaan merupakan aset yang sangat penting dalam menggerakkan dan memajukan suatu perusahaan.

Tanpa adanya karyawan sebagai sumber daya manusia menjadi bagian dari unit usaha perusahaan yang membantu menggerakkan perusahaan, mustahil bagi perusahaan untuk berkembang. Oleh karena itu, menjalin hubungan yang baik dengan karyawan melalui kegiatan *employee relations* merupakan kegiatan internal yang sangat penting karena suatu hubungan yang dijalin antar karyawan dapat mempengaruhi produktivitas kerja.

Dalam kaitannya dengan fenomena yang terjadi di PT Investama Danone Klaten, teori hubungan manusia menje-

laskan bahwa perhatian terhadap orang-orang boleh saja akan mengubah sikap dan perilaku mereka serta produktivitas apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya. Maka dengan adanya kegiatan *employee relations* diharapkan hubungan karyawan dengan karyawan lainnya serta hubungan bawahan dengan atasan dapat berjalan dengan baik sehingga para karyawan dapat mengembangkan potensinya. Dengan begitu untuk meningkatkan kepuasan kerja dan aktualisasi diri karyawan perlu meningkatkan motivasi bekerja yang akan berpengaruh pada peningkatan produksi organisasi.

Secara keseluruhan dalam praktek kegiatan *employee relations* yang dijalankan oleh perusahaan ini, terlihat bahwa manajemen PT Investama Danone sudah menjalankan perusahaannya sesuai dengan pandangan dalam teori hubungan manusiawi yang dikemukakan oleh Elton Mayo. Oleh sebab itu, memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam memberikan saran, masukan dalam pembuatan keputusan bersama pada saat pertemuan karyawan yang dilakukan setiap bulannya sehingga kegiatan ini menjadi sangat penting. Selain itu memberikan perhatian lebih kepada karyawan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang dibutuhkan karyawan, dan saling percaya antara satu dengan yang lainnya tanpa memandang usia dan lama kerjanya, hal ini juga dapat meningkatkan produktivitas kerja pegawai. Dengan adanya kegiatan rutin ini bahwa karyawan di PT

Investama Danone Klaten merasa mendapatkan perhatian yang setara sehingga suasana komunikasi yang terjadi menjadi situasi yang menyenangkan dan bersifat kekeluargaan.

Pola komunikasi yang diterapkan formal dan non formal dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan ataupun dari para manajer kepada karyawannya, pola transformasinya dapat berbentuk *downward communication*, *upward communication*, *horizontal communication* dan *diagonal communication*.

Penilaian positif dari karyawan mengenai kegiatan *employee relations* yang diterapkan dapat mendukung usaha peningkatan produktivitas kerja karyawan dan ternyata usia bukanlah suatu hambatan dalam menghasilkan suatu produktivitas. Hal-hal yang mendukung peningkatan produktivitas adalah adanya rasa kekeluargaan yang tinggi dan ditambah lagi seringnya PT Investama Danone mengadakan pertemuan antar karyawan sehingga terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta adanya rasa semangat dalam diri para karyawan karena adanya rasa saling percaya satu dan yang lain baik muda maupun yang tua.

Dari pengamatan sementara penulis saat di lapangan, menunjukkan bahwa Pimpinan PT. Investama Danonon memiliki komunikasi yang cukup efektif bagi kehidupan organisasi yang sehat. Hubungan komunikasi yang harmonis

antara pimpinan dan bawahan begitu juga sebaliknya, dan komunikasi dengan sesama pegawai serta tersedianya forum komunikasi informasi bagi setiap anggota organisasi. Suasana kerja yang memertingkan komunikasi terbuka, penuh kepercayaan dan tanggung jawab dan adanya desentralisasi pengambilan keputusan antara pimpinan dan bawahan dan sesama, memperlancar arus komunikasi terutama berkenaan dengan tugas-tugas karyawan. Kondisi seperti ini mampu meningkatkan semangat kerja dan yang terpenting adalah loyalitas para karyawan perusahaan.

### III. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa pola komunikasi dapat meningkatkan *employee relations* pada PT Investama Danone Klaten, Kegiatan *employee relations* merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan untuk meningkatkan hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi yang fokusnya pada aspek manusiawinya sehingga agak berbeda dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat, mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi dan pola komunikasi dalam suatu organisasi sangat mempengaruhi kegiatan atau hubungan karyawan atau *employee relations* dalam suatu organisasi.

Pola komunikasi yang diterapkan adalah komunikasi formal dan non formal yang berkaitan dengan proses penyampaian

informasi dari pimpinan kepada bawahan ataupun dari para manajer kepada karyawannya, pola transformasinya dapat berbentuk *downward communication*, *upward communication*, *horizontal communication* dan *diagonal communication*.

*Employee relations* atau hubungan dengan karyawan merupakan kegiatan yang esensial atau sangat penting dalam menopang lajunya produktivitas suatu perusahaan sehingga akan menghasilkan produktivitas baik dalam bentuk penyelesaian kerja, pelayanan terhadap *customer* dan lain-lain. Kegiatan *employee relations* yang dibangun sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh pihak internal PT Investama Danone misalnya training (pelatihan), workshop, adanya dukungan fasilitas adanya klinik untuk kesehatan, selalu ada acara berkumpulnya para karyawan dan memperingati perayaan hari besar dan ulang tahun setiap bulannya yang biasa disebut dengan acara sarasehan, *gathering*, senam, mading (majalah dinding) dengan berbagai informasi mengenai, outbond dan lain-lainnya yang semua itu ditujukan untuk mempererat hubungan seluruh karyawan baik sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan sehingga dengan adanya kegiatan *employee relations* terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta timbulnya rasa semangat dalam diri para karyawan yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas kerja.

Selain itu, penilaian positif dari karyawan mengenai kegiatan *employee relations* yang diterapkan di PT Investama Danone dapat mendukung usaha peningkatan produktivitas kerja karyawan. Usia dan adanya rasa senioritas ternyata bukanlah suatu hambatan dalam menghasilkan suatu produktivitas. Hal-hal yang mendukung peningkatan produktivitas adalah adanya rasa kekeluargaan yang tinggi dan seringkali PT Investama Danone mengadakan pertemuan antar karyawan sehingga terciptalah *team building* yang kuat, kesetiaan pada pekerjaan dan perusahaan serta adanya rasa semangat dalam diri para karyawan karena adanya rasa saling percaya satu dengan yang lain baik muda maupun yang tua.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- Arni, Muhammad. 2007. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosadi, Ruslan. 2012. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sulistiorini, Dyah. 2015. Komunikasi Korporat dan Manajemen Pengetahuan. Jakarta: Antara.
- Wahyudi. 2011. Manajemen Konflik Dalam Organisasi. Jakarta: Alfabeta.