

**LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN
AKTIVITAS *EMPLOYEE RELATIONS* DI
PT. FORMULA LAND**



**Oleh :
Rosaria Indah Setyaningsih
100904131**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS *EMPLOYEE RELATIONS* DI PT. FORMULA LAND

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini diajukan guna melengkapi syarat kelulusan S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Disusun oleh :

Nama : Rosaria Indah Setyaningsih

NPM : 100904131

Disetujui,



Nobertus Ribut Santoso, M.A.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini telah disetujui dan diujikan pada ujian Kuliah

Kerja Lapangan yang dilaksanakan pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 5 Juli 2017

Waktu : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

Tim Penguji

Penguji I

Penguji II



Nobertus Ribut Santoso, M.A.



Sherly Hindra Negoro, M.I. Kom

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rosaria Indah Setyaningsih

NPM : 100904131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 24 Juli 2017

Yang membuat pernyataan

Tanda Tangan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is a 3000 Rupiah banknote, featuring the Garuda Pancasila emblem at the top right, the text 'PTGL' and '20' in the center, and the serial number 'S00AEF482154521' below it. The denomination '3000' and 'TIGA RIBU RUPIAH' are visible at the bottom of the stamp.

Rosaria Indah Setyaningsih



(Night Gathering di GraPARI TELKOMSEL)

KATA PENGANTAR

Sesungguhnya rasa syukur saya tidak dapat tertuang utuh melalui tulisan ini. Ungkapan terima kasih saya juga tidak akan membalas budi baik setiap orang yang telah diberikan untuk saya. Maka benar adanya jika Pramoedya mengatakan bahwa menulis adalah keberanian.

Jalan saya untuk mengulangi rutinitas KKL hingga menyelesaikan laporan dilapangkan oleh Bapak Nobertus Ribut Santoso, M.A. selaku dosen pembimbing KKL yang sabar membimbing saya. Saya juga menerima kebaikan besar dari Ibu Khusnul Khotimah selaku pembimbing KKL di PT. Formula Land yang telah bersedia menerima saya hanya dengan syarat agar saya segera lulus setelah kegiatan KKL selesai.

KKL saya tidak akan terlaksana tanpa campur tangan Debby yang bersusah payah mencari lokasi KKL dalam waktu yang terbatas. Kendala terkait birokrasi kampus hingga rentetan ketentuan penulisan laporan teratasi oleh bantuan sepenuh hati dari Berto, Fidel, dan Hera. Perhatian dan semangat juga datang dari teman-teman angkatan 2010 seperti Fegie, Adi, Aand, Yuni, dan Yossy yang sama-sama bergegas memburu kelulusan yang terlambat.

Beberapa orang memang diberkahi kemampuan untuk meyakinkan orang lain yang tidak lagi meyakini dirinya masih punya daya untuk menyelesaikan apa yang telanjur ia mulai. Saya agaknya beruntung karena dikelilingi orang-orang yang dianugerahi berkah semacam itu. Igna, Angga, Flori, dan Ai menguatkan saya dengan bersiaga ketika saya timbul tenggelam karena sakit dan perkara-perkara yang tidak selesai di luar perkuliahan. Begitu juga dengan karib yang hatinya selalu

tinggal di sini sekalipun raganya telah dibawa mengadu nasib ke kota lain yaitu Emii, Kinan, Ai, dan Shinta. Yola, Keke, Tyas Yuyun, Dicky, Prita, Eddy, Arnold, Kak Risma, Kak Mpik, dan Pak Andre adalah sederet nama yang tidak boleh luput saya sebut karena ketabahan mereka menanti saya. Tidak peduli seberapa hancur keyakinan saya dan bagaimanapun saya mengecewakan mereka, mereka selalu meletakkan saya kembali ke tempat seharusnya saya berjuang.

Terakhir, tentunya ada kedua orang tua, nenek, dan kedua adik saya yang selalu menguatkan dalam diam lewat sulur-sulur doa. Mereka telah berbesar hati sembari mempercayakan sepenuhnya proses pada saya.

Penulis menyadari akan kekurangan yang mungkin dibuat dalam pelaporan KKL ini. Atas dasar hal tersebut, penulis terbuka bagi siapa saja yang berkenan memberikan kritik dan saran agar penulis menjadi lebih baik di masa depan.

Penulis

Rosaria Indah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan KKL.....	3
D. Manfaat KKL.....	4
E. Kerangka Teori.....	4
BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL	14
A Deskripsi Umum Perusahaan.....	14
1. Sejarah Umum PT. Formula Land.....	14
2. Visi dan Misi PT. Formula Land.....	15
3. Logo PT. Formula Land.....	15
4. Struktur Organisasi PT. Formula Land.....	16

5. Jam Kerja.....	20
6. Fasilitas-fasilitas bagi Karyawan.....	21
BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL.....	24
A Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL.....	24
1. <i>Public Relations</i> di PT. Formula Land.....	24
2. Karyawan di PT. Formula Land.....	26
3. <i>Employee Relations</i> di PT. Formula Land.....	27
4. Aktivitas <i>Employee Relations</i> di PT. Formula Land.....	30
B Deskripsi Keterlibatan Mahasiswa.....	37
C Analisis Hasil Pelaksanaan KKL.....	46
1. Analisis Konsep <i>Public Relations</i>	46
2. Analisis Konsep Karyawan.....	47
3. Analisis Konsep <i>Employee Relations</i>	48
4. Analisis Aktivitas <i>Employee Relations</i>	49
BAB IV PENUTUP.....	55
A Kesimpulan.....	55
B Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Surat Keterangan telah melakukan KKL
- Lampiran 2** Absensi KKL
- Lampiran 3** Lembar Penilaian Kerja



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo PT. Formula Land.....	16
Gambar 2.2	Foto Mushola PT. Formula Land.....	22
Gambar 2.3	Foto Mesin Fotokopi PT. Formula Land.....	22
Gambar 2.4	Foto <i>Pantry</i> PT. Formula Land.....	23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi memiliki peranan penting bagi kelangsungan hidup sebuah organisasi. Tanpa komunikasi, relasi antara organisasi dengan publik internal maupun publik eksternal tidak dapat terwujud. Organisasi memiliki kebutuhan untuk memelihara relasi dengan publik organisasi dalam rangka menimbulkan pengertian bersama dan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak (Herimanto, 2007 : 11). Peran untuk mengelola relasi antara organisasi dengan publiknya ini biasanya dijalankan oleh seorang *Public Relations* mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center (2009 : 6) dimana *Public Relations* berfungsi menjalankan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Sebelum menjalin relasi dengan konsumen, pelanggan, lingkungan, investor, dan pihak-pihak di luar organisasi, manajemen harus memperhatikan karyawan mereka terlebih dahulu (Cutlip dan Center, 2009 : 11). Karyawan adalah aset perusahaan karena merupakan motor penggerak aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan sebuah perusahaan. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain relasi dengan jajaran manajemen perusahaan.

Pengelolaan relasi dalam perusahaan bukanlah tugas yang mudah sehingga memerlukan keahlian khusus yang biasanya didelegasikan kepada seorang *Public Relations*. Praktik ini mengacu pada pernyataan Lattimore dan Baskin (2010 : 233) yang mengatakan bahwa salah satu spesialisasi *Public Relations* di korporasi, perusahaan konsultan, dan perusahaan nirlaba adalah membantu mewujudkan komunikasi yang efektif antarkaryawan dan antara karyawan dengan manajemen puncak. Spesialisasi *Public Relations* yang dimaksud lazim disebut sebagai komunikasi karyawan atau komunikasi internal atau *employee relations*. Melalui berbagai upaya, *Public Relations* ingin menumbuhkan kesadaran akan pengaruh hubungan karyawan terhadap prestasi dan reputasi perusahaan seperti yang diungkapkan Lattimore dan Baskin (2010 : 229) bahwa karyawan yang merasa memiliki relasi yang baik dengan manajemen akan memberikan keuntungan bagi perusahaan berupa kinerja yang lebih baik dan produktivitas yang meningkat.

Employee relations dimulai sebelum seseorang karyawan dipekerjakan sampai pasca-kepergian karyawan tersebut dari organisasi. Garis komunikasi yang dibangun bersifat dua arah, yaitu semua karyawan berpartisipasi secara bebas dalam sebuah pertukaran informasi (Lattimore dan Baskin, 2010 : 234). Dalam implementasi *employee relations*, selain bertugas menjadi jembatan komunikasi antara karyawan dengan pihak manajemen agar tercipta *mutual understanding* antara kedua belah pihak, seorang *Public Relations* harus mampu memberikan informasi yang akurat, terpercaya, dan transparan terkait kondisi perusahaan melalui pendekatan yang dapat diterima oleh karyawan.

Kebutuhan untuk mengelola *employee relations* tidak luput dari perhatian PT. Formula Land. Menurut informasi dari *Human Resources* dan *General Affair Manager* PT. Formula Land, PT. Formula Land memiliki tujuan strategis perusahaan untuk mempertahankan predikat sebagai perusahaan pengembang hunian mewah terpercaya di Yogyakarta dan sekitarnya. Tujuan strategis tersebut hanya dapat tercapai jika karyawan bersedia loyal dan memberikan kinerja terbaik. Upaya mendorong kinerja dan menjaga loyalitas karyawan ini diwujudkan ke dalam berbagai kegiatan yang diperuntukkan untuk karyawan. Kegiatan *employee relations* PT. Formula Land juga sengaja dirancang sedemikian rupa agar dapat mempersatukan karyawan yang memiliki lokasi kerja tersebar setiap harinya. Oleh karena itu, PT. Formula Land merupakan lokasi yang tepat untuk mempelajari praktek hubungan karyawan dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang properti. Melalui keterlibatan langsung dalam rangka Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Formula Land, penulis dapat mengetahui pelaksanaan *employee relations* di PT. Formula Land serta melihat apakah aktivitas tersebut sudah mampu membina hubungan yang harmonis antara manajemen dengan karyawan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam KKL ini adalah bagaimana aktivitas *employee relations* di PT. Formula Land?

C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan

Tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan KKL ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan aktivitas *employee relations* di PT Formula Land.

D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan

1. Manfaat Akademis

Pelaksanaan KKL yang dilakukan di PT Formula Land ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada pengembangan dunia akademis di bidang *Public Relations*, khususnya dalam kajian *employee relations* di sebuah perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari KKL yang dilakukan di PT Formula Land ini adalah sebagai masukan dan pengembangan pelaksanaan *employee relations* di PT Formula Land serta menjadi referensi bagi praktisi *Public Relations* yang menangani aktivitas *employee relations*.

E. Kerangka Teori

1. *Public Relations*

Menurut Cutlip & Center (2009 : 5), *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau keberhasilan dan kegagalan sebuah organisasi. Definisi lain yang diuraikan oleh Lattimore dan Baskin(2010 : 4) menyebutkan bahwa *Public Relations* adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi. Praktisi *Public Relations* berkomunikasi dengan semua publik internal dan publik eksternal yang terkait untuk membangun hubungan yang positif serta menciptakan

konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Praktisi *Public Relations* juga mengembangkan, melaksanakan, dan mengevaluasi program organisasi dengan mempromosikan pertukaran pengaruh serta pemahaman di antara konstituen organisasi dan masyarakat. Ruslan (2007 : 16) juga menekankan bahwa *Public Relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif.

Berdasarkan uraian berbagai pakar terkait *Public Relations* di atas, dapat disimpulkan bahwa seorang *Public Relations* menjalankan fungsi manajemen dalam organisasi dengan cara membangun hubungan baik antara organisasi dengan seluruh publiknya. Oleh karena itu, *Public Relations* semestinya ditempatkan sejajar dengan pihak manajemen organisasi agar *Public Relations* tidak hanya menjadi leher organisasi yang menghubungkan organisasi dengan publiknya namun juga leluasa memberi masukan kepada pihak manajemen terkait bagaimana sebaiknya mereka berkomunikasi di dalam organisasi.

2. Publik

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pengertian *Public Relations*, seorang *Public Relations* dituntut untuk memiliki kemampuan untuk menjalin

relasi dengan publiknya. Abdurrachman (1998 : 28) mengatakan bahwa publik adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Publik dalam perusahaan terbagi menjadi dua yaitu :

1. Publik eksternal

Publik eksternal merupakan publik yang berada di luar organisasi seperti bank, pemerintah, pelanggan, komunitas, dan media. Salah satu tujuan menjalin relasi dengan publik eksternal adalah untuk mempererat hubungan dengan orang-orang yang berada di luar organisasi sehingga terbentuk opini publik yang *favorable* terhadap organisasi (Abdurrachman, 1998 : 30).

2. Publik Internal

Menurut Abdurrachman (1998 : 29), publik internal adalah mereka yang memiliki hubungan langsung dengan organisasi atau perusahaan yaitu para karyawan. Kustadi (2004 : 32) membagi publik internal ke dalam tiga bagian yaitu:

- a. Pegawai dan seluruh anggota keluarga perusahaan atau organisasi yang disebut sebagai *employee public*
- b. Serikat buruh atau karyawan yang hidup dan berkembang di dalam perusahaan atau organisasi
- c. Para pemegang saham perusahaan atau *stockholder public*

Menurut Frans Jefkins (Ruslan, 2007 : 271), hubungan terhadap publik internal bernilai sama pentingnya dengan hubungan terhadap publik eksternal

karena kedua hubungan tersebut seperti dua sisi mata uang yang memiliki arti sama dan terkait erat satu sama lain.

3. Karyawan

Karyawan merupakan bagian dari publik internal organisasi atau perusahaan (Cutlip dan Center dalam Ruslan, 2007 : 273). Menurut Hasibuan (2005 : 12), karyawan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaga) yang mendapat kompensasi dengan besaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan karena perusahaan digerakkan oleh aktivitas karyawan. Kualitas kinerja karyawan juga berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan sebuah perusahaan.

Jabatan karyawan dalam perusahaan menempatkan karyawan pada perbedaan kedudukan antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Akan tetapi, menurut Ruslan (2007 : 272), pada umumnya karyawan memiliki beberapa ekspektasi yang sama terhadap perusahaan yaitu :

1. Upah yang layak
2. Perlakuan yang adil dan sama untuk meraih prestasi kerja dan kesempatan berkariir sesuai dengan kemampuan
3. Iklim kerja yang kondusif serta apresiasi yang sesuai dari pimpinan
4. Keinginan atau perasaan mendapat saluran positif yang diakui atau dihargai oleh perusahaan.

4. *Employee Relations*

Mengelola relasi dengan karyawan merupakan salah satu spesialisasi *Public Relations*. Hubungan karyawan atau *employee relations* adalah suatu

hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen yang terjadi secara efektif (Ruslan, 2007: 271). *Employee relations* menciptakan dan memelihara sistem komunikasi internal antara pemilik perusahaan dengan para karyawan, berpartisipasi secara bebas dalam sebuah pertukaran informasi (Lattimore dan Baskin, 2010 : 233). Menurut Effendi (1986 : 138), *employee relations* merupakan bentuk *human relations*. *Human relations* diartikan sebagai hubungan antar manusia yang tidak hanya memuat penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain tetapi melibatkan unsur kejiwaan yang amat mendalam.

Mengacu pada Lattimore dan Baskin (2010 : 229), karyawan yang merasa memiliki relasi yang baik dengan manajemen akan memberikan keuntungan bagi perusahaan berupa kinerja yang lebih baik dan produktivitas yang meningkat. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dengan karyawan akan merugikan perusahaan karena memicu pemogokan kerja, penurunan efisiensi kerja, gangguan terhadap stabilitas perusahaan, penurunan produksi serta semangat kerja karyawan (Lattimore dan Baskin, 2010 : 230). Oleh karena itu, kebijakan komunikasi bagi karyawan harus berorientasi pada tujuan.

Tujuan dari kegiatan *employee relations* harus merefleksikan keinginan manajemen untuk melakukan hal-hal berikut (Lattimore dan Baskin, 2010 : 235) :

1. Terus menginformasikan tujuan, sasaran, dan rencana organisasi kepada karyawan

2. Menginformasikan segala kegiatan, masalah, dan pencapaian organisasi kepada para karyawan
3. Mendorong karyawan untuk memberikan masukan, informasi, dan timbal balik kepada pihak manajemen berdasarkan pengalaman, pemahaman, perasaan, kreativitas, serta alasan yang mereka miliki
4. Berterus terang kepada karyawan tentang segala isu negatif, sensitif, dan kontroversial
5. Mendorong komunikasi dua arah dengan frekuensi yang lebih sering, jujur, serta terkait pekerjaan antara manajer dan bawahannya
6. Mengomunikasikan peristiwa-peristiwa penting secepat mungkin kepada semua karyawan, khususnya sebelum mereka mengetahuinya dari media. Mereka harus diberitahu terlebih dahulu

5. *Aktivitas Employee Relations*

Aktivitas employee relations dalam organisasi maupun perusahaan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk aktivitas dan program, antara lain (Ruslan, 1998 : 253-257) :

1. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan. Melalui program pendidikan dan pelatihan, kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan oleh karyawan diharapkan dapat mengalami peningkatan.

2. Program Pencapaian Motivasi Kerja Berprestasi

Program yang dikenal dengan *Achievement Motivation Training (ATM)* ini bertujuan untuk mempertemukan motivasi dan prestasi kerja karyawan sehingga perusahaan semakin diuntungkan melalui peningkatan produktivitas karyawan.

3. Program Penghargaan

Penghargaan diberikan sebagai bentuk apresiasi perusahaan terhadap prestasi karyawan maupun loyalitas karyawan. Program ini merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk menumbuhkan semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas yang tinggi.

4. Program Acara Khusus

Program acara khusus sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari untuk menumbuhkan keakraban antar karyawan dan dengan pimpinan. Contoh kegiatan program ini adalah piknik, ulang tahun perusahaan, dan sebagainya.

5. Program Media Komunikasi Internal

Program ini merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan oleh *Public Relations* terutama dalam upaya memberikan informasi menyeluruh kepada seluruh karyawan mengenai perkembangan terbaru perusahaan (Ruslan, 2005 : 279). Media internal sebagai saluran komunikasi dengan karyawan digunakan untuk memudahkan penyampaian pesan dari atas ke bawah, bawah ke atas, atau

sejajar. Cutlip menyebutkan beberapa media internal dalam organisasi antara lain (2009 : 271-278) :

a. Publikasi karyawan

Sekalipun teknologi dalam berkomunikasi kian canggih, publikasi cetak masih menjadi masih digunakan dalam komunikasi internal organisasi. Tujuan dari publikasi karyawan adalah memastikan karyawan mendapat informasi mengenai strategi dan tujuan organisasi, memberikan informasi yang dibutuhkan karyawan agar tugas dapat dijalankan dengan baik, mendorong karyawan untuk memelihara dan memperkuat standar organisasi dan komitmen pada peningkatan kualitas, efisiensi, pelayanan, dan tanggung jawab sosial yang lebih besar. Selain itu, publikasi juga menjadi sebuah sarana pengakuan terhadap prestasi dan kesuksesan karyawan serta menciptakan peluang komunikasi dua arah dengan meminta umpan balik, pertanyaan, dan perhatian karyawan. Keuntungan utama dari publikasi cetak adalah mampu menyampaikan informasi secara detail dan spesifik kepada publik yang tertarik dengan isu yang dibahas dalam publikasi.

b. *Newsletter*

Newsletter merupakan bentuk paling umum dari publikasi yang diterbitkan secara periodik. Perkembangan teknologi *desktop publishing* membuat *newsletter* menjadi relatif mudah, murah, dan cepat diproduksi.

c. Surat

Meskipun surat elektronik sudah mendominasi namun surat tradisional masih menjadi salah satu tulang punggung komunikasi internal di dalam sebuah organisasi karena surat masih dianggap lebih formal, langsung, personal, dan akan mendapatkan perhatian yang lebih banyak dari penerimanya.

d. Sisipan dan lampiran

Bentuk umum sisipan adalah *payroll stuffer* yang disisipkan ke dalam amplop atau faktur deposit. Salah satu keuntungan penggunaan sisipan adalah pesan akan tersampaikan langsung kepada publik yang tertarik pada isi pesan dengan biaya relatif kecil.

e. Publikasi pidato, *position papers*, dan *backgrounders*

Mengemukakan pandangan organisasi dengan mengirimkan pidato dan pernyataan pandangan CEO secara elektronik melalui website adalah salah satu metode komunikasi dengan publik eksternal yang juga efektif untuk digunakan dalam memberikan informasi kepada publik internal. *Position papers* dan *backgrounders* membantu karyawan memahami pendekatan baru dengan cepat dan memungkinkan pencegahan penggunaan pendekatan lama guna memecahkan masalah atau isu tertentu. Kelemahan dari cara penyampaian pesan ini adalah pesan hanya akan dicari oleh publik yang memang menginginkannya.

f. *Bulletin board*

Bulletin board adalah ruang fisik yang memuat pengumuman tradisional dan pengumuman elektronik. *Bulletin board* menampilkan informasi berupa pesan singkat di ruang publik yang strategis. *Bulletin board* juga menguntungkan karena memberikan akses yang cepat untuk membuat pengumuman dan melawan rumor dari sumber internal dan eksternal.

g. *Intranet*

Intranet adalah media komunikasi yang hanya dapat digunakan oleh publik internal di dalam perusahaan karena hanya karyawan dalam perusahaan yang memiliki sambungan ke sistem tersebut. *Intranet* dapat terdiri dari sistem *e-mail*, publikasi pedoman kebijakan elektronik untuk karyawan, *electronic bulletin board*, dan berbagai sumber informasi seperti data proyek.

h. *Hotlines*

Hotlines merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan hanya untuk publik internal perusahaan. Media komunikasi ini berupa saluran nomor telepon yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang harus segera diberitakan.

i. *E-mail*

Media komunikasi internal yang populer di era komunikasi digital adalah *e-mail*. *E-mail* adalah surat elektronik yang dapat dikirimkan pihak perusahaan kepada karyawannya dengan sambungan internet.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Umum Perusahaan

1. Sejarah Umum PT. Formula Land

PT. Formula Land adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti dengan produk hunian mewah dan berkelas yang telah tercatat sebagai anggota Real Estate Indonesia. PT. Formula Land berdiri sejak tahun 1993 dengan kepemilikan yang diwariskan secara turun temurun dari seorang *businessman* bernama Mardjikoen. Mulanya, Mardjikoen adalah seorang karyawan perusahaan asing yang memiliki proyek *real estate* di Singapore. Sekembalinya ke Indonesia, Mardjikoen mendirikan bermacam-macam unit usaha di Yogyakarta yaitu mall, restoran, bisnis otomotif, dan pengembang perumahan. Pengembang perumahan ini kemudian diberi nama PT. Formula Land yang lalu diwariskan kepada anaknya. Hingga saat ini, telah terjadi empat kali perubahan akta perusahaan. (*Human Resources dan General Affair* PT. Formula Land, 2017)

Kantor pusat PT. Formula Land terletak di Jl. Dr. Sutomo no. 66, Kelurahan Baciro, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta. Kantor PT. Formula Land berada di lantai dua gedung Formula. Kantor ini berfungsi secara khusus untuk mengurus permasalahan administrasi dan menjalankan proses manajerial perusahaan. PT. Formula Land membuka kantor pemasaran secara terpisah di *Ground Floor Plaza Ambarukmo* yang disebut sebagai

Marketing Gallery PT. Formula Land. (Human Resources dan General Affair PT. Formula Land, 2017)

2. Visi dan Misi PT. Formula Land

a. Visi PT. Formula Land

Menjadi pengembang nomor satu di Indonesia yang terpercaya dalam kualitas dan layanan.

b. Misi PT. Formula Land

Menyajikan hunian yang berkelas, elit, dan nomor satu dalam kualitas.

(Human Resources dan General Affair PT. Formula Land, 2017)

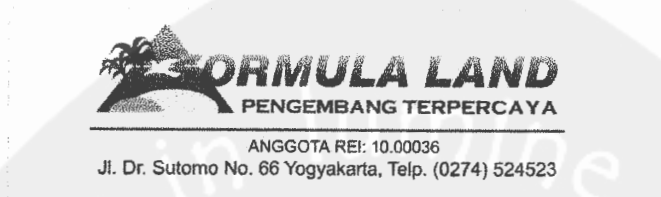
3. Logo PT. Formula Land

PT. Formula Land memiliki logo yang memuat beberapa unsur yaitu pohon, burung, dan tanah dengan dominasi warna hijau. Setiap unsur dalam logo memiliki filosofi tersendiri bagi PT. Formula Land. Unsur pohon melambangkan keinginan PT. Formula Land untuk mempercsembahkan hunian yang tidak hanya mampu melindungi dari panas namun juga memberi kesejukan bagi penghuninya. Unsur burung menggambarkan adanya makhluk hidup yang tinggal karena keasrian daerah tersebut. Sementara itu, tanah melambangkan pondasi dari kehidupan manusia. Dominasi warna hijau melambangkan kesegaran, kesejukan, dan sifat kokoh seperti lingkungan yang diciptakan oleh PT. Formula Land. Warna biru pada tulisan melambangkan inovasi, imajinasi, dan kreativitas. *(Human Resources dan General Affair PT. Formula Land, 2017)*

Adapun gambar logo PT. Formula Land adalah sebagai berikut :

GAMBAR 2.1.

Logo PT. Formula Land



4. Struktur Organisasi PT. Formula Land

PT. Formula Land memaknai struktur organisasi sebagai bentuk formasi yang terencana dan teratur baik secara fungsi maupun peranannya.

Berdasarkan keterangan dari *Human Resources* dan *General Affair* PT.

Formula Land, tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan di PT.

Formula Land adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama

Direktur utama merupakan pimpinan tertinggi PT. Formula Land sekaligus pemilik perusahaan. Direktur utama bertugas memimpin jalannya perusahaan, mengesahkan proyek dan proposal, dan memberikan keputusan akhir pada permasalahan yang membutuhkan keterlibatan pemilik perusahaan. Menurut keterangan karyawan PT. Formula Land, direktur utama PT. Formula Land tidak selalu berada di kantor setiap harinya karena beliau memiliki unit bisnis lain yang harus ditangani. Selain itu, direktur utama PT. Formula Land merasa bahwa PT. Formula Land sudah dapat berjalan dengan baik tanpa banyak campur tangan dari dirinya.

2. Direktur

Direktur PT. Formula Land memiliki tanggung jawab untuk mengoperasikan perusahaan secara keseluruhan, memberikan perintah bagi karyawan, memikirkan strategi dan rencana untuk diimplementasikan kepada semua karyawan, dan menjaga stabilitas PT. Formula Land. Agenda besar yang membutuhkan perwakilan perusahaan dihadiri oleh direktur.

a. Manager Perencana

Manager Perencana bertanggung jawab untuk membuat perencanaan suatu proyek perumahan *real estate* untuk dikerjakan oleh tim. Manager perencana juga bertanggung jawab untuk menilai kelayakan lokasi, membuat proposal rekapitulasi rencana pembangunan yang akan dilakukan, dan membuat rekapitulasi anggaran biaya. Manager perencana memiliki dua staf yaitu :

1. Arsitek

Arsitek bertugas untuk mendesain rumah yang akan dibangun sesuai dengan tema atau permintaan dari pelanggan.

2. Konstruktur

Konstruktur bertugas untuk mengawasi, membimbing, dan melatih para pekerja bangunan.

b. Site Manager

Site manager bertanggung jawab dalam memimpin proyek yang akan dikerjakan, membuat perencanaan kegiatan operasional

pelaksanaan proyek, mengatur kegiatan pelaksanaan proyek, melaksanakan kegiatan operasional proyek, dan mengontrol pelaksanaan operasional pelaksanaan proyek. *Site manager* membawahi 3 staf yaitu :

1. *Quality Control*

Quality control bertanggung jawab untuk mengidentifikasi masalah dan isu terkait kualitas produk, memonitor setiap proses dalam pembuatan rumah, dan membuat rekomendasi pada proyek selanjutnya.

2. Supervisor Proyek

Supervisor proyek mengawasi segala unit kegiatan proyek terutama pada pengawasan tenaga kerja proyek di lapangan yang dikerjakan, menghubungkan staf dengan atasan, serta membantu tugas staf yang berhubungan dengan keberlangsungan proyek.

3. Kepala Logistik

Kepala logistik bertanggung jawab dalam penyediaan barang-barang dan jasa yang diperlukan untuk keberlangsungan proyek dan mengadakan analisa barang dan jasa yang diminta unit kerja.

c. *Marketing Manager*

Marketing manager PT. Formula Land bertanggung jawab untuk memimpin tim marketing, memikirkan strategi penjualan, membuat

program hubungan pelanggan, menetapkan target penjualan, dan memasarkan produk. *Marketing manager* membawahi jabatan berikut :

1. *Marketing*

Marketing memiliki tugas pokok yaitu melakukan transaksi jual beli dengan pelanggan. Ketika terjadi permasalahan dengan pelanggan, *marketing* ditempatkan pada garda terdepan dalam penanganan masalah. *Marketing* PT. Formula Land memiliki keunikan dibanding *marketing* pengembang perumahan lainnya karena diharuskan memahami ilmu dasar dalam membangun rumah.

d. *Accounting Manager*

Accounting manager bertugas merencanakan strategi akuntansi perusahaan secara tepat sesuai dengan strategi bisnis perusahaan, mengatur dan mengarahkan pencatatan neraca perusahaan sesuai aktivitas perusahaan, dan menjaga keseimbangan neraca laba dan rugi. *Accounting manager* PT. Formula Land membawahi staf berikut :

1. Bagian Hutang Usaha

Bagian ini bertugas mengelola kewajiban perusahaan yang dibayar dengan cara menyerahkan aktiva dalam jangka waktu tertentu sebagai akibat dari transaksi di masa lalu.

2. Kasir

Kasir bertugas menerima pemasukan perusahaan, menyetujui kebutuhan pengeluaran baik yang sudah direncanakan maupun kebutuhan mendesak yang dikeluarkan oleh perusahaan, membuat kuitansi untuk pelanggan yang telah membayar produk yang telah dibeli dari perusahaan, dan membuat keseluruhan rincian pemasukan dan pengeluaran dari perusahaan

e. *Human Resources dan General Affair Manager*

Human Resources dan General Affair Manager PT. Formula Land berada dalam satu divisi yang bertanggung jawab atas hubungan karyawan, perizinan, pemeliharaan peralatan dan fasilitas kantor yang digunakan oleh karyawan untuk bekerja.

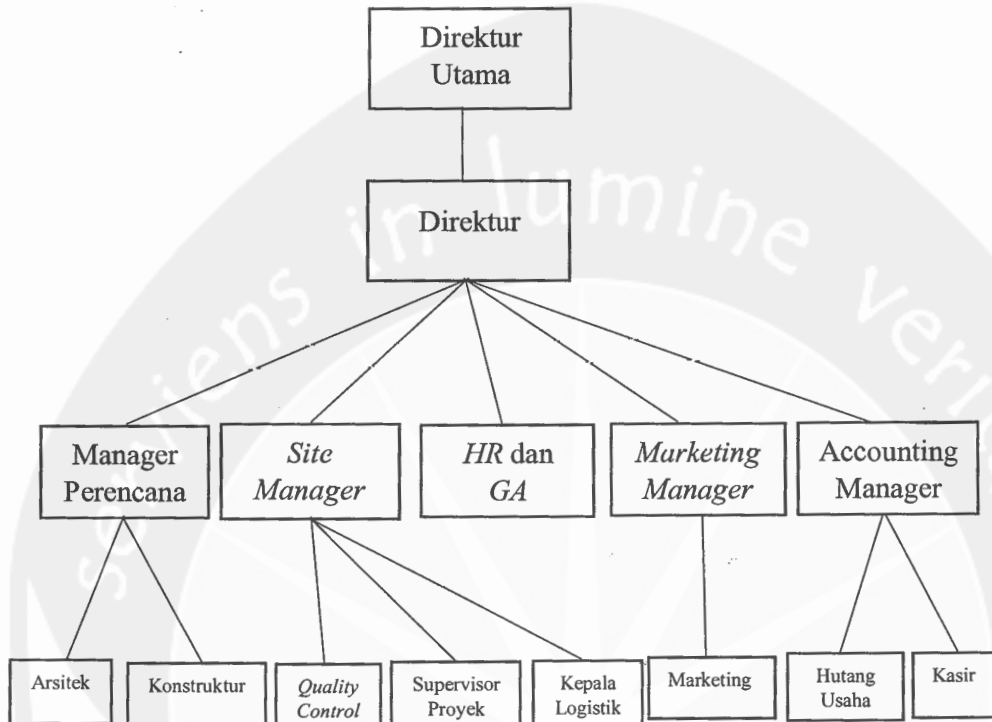
Bagan struktur organisasi PT. Formula Land dapat dilihat pada bagan 2.1.

5. Jam Kerja

Kantor pusat PT. Formula Land beroperasi pada hari Senin hingga Jumat pukul 09.00 – 17.00 WIB. *Marketing Gallery* PT. Formula Land yang berlokasi di Ground Floor Ambarukmo Plaza beroperasi dalam dua shift kerja yaitu pukul 09.00 – 16.30 WIB dan 16.30 – 22.00 WIB dengan hari libur menyesuaikan dengan hari libur yang ditetapkan oleh manajemen Ambarukmo Plaza.

BAGAN 2.1.

Struktur Organisasi PT. Formula Land



6. Fasilitas-Fasilitas bagi Karyawan

Fasilitas-fasilitas yang disediakan PT Formula Land untuk menunjang aktivitas karyawan adalah sebagai berikut :

1. Mushola

Mayoritas karyawan PT Formula Land beragama Islam. Oleh karena itu, perusahaan berusaha menyediakan tempat beribadah berupa mushola. Mushola terletak satu lantai dengan ruang perkantoran PT. Formula Pusat di Jalan Dokter Sutomo no. 66, Yogyakarta. Ukuran mushola cukup untuk menampung 15 orang dengan dilengkapi AC.

GAMBAR 2.2.

Foto Mushola PT. Formula Land



2. Mesin fotokopi

Salah satu fasilitas penunjang kelancaran kerja di PT. Formula Land adalah mesin fotokopi yang diletakkan dekat dengan mushola. Mesin fotokopi di PT. Formula Land tidak dioperasikan oleh tenaga khusus sehingga setiap karyawan yang membutuhkan dapat mengoperasikan mesin fotokopi sesuai kebutuhan masing-masing. Penggunaan mesin fotokopi juga tidak dipungut biaya.

GAMBAR 2.3

Foto Mesin Fotokopi PT. Formula Land



3. *Pantry*

Kantor pusat PT. Formula Land dilengkapi dengan *pantry*. Di ruang *pantry* terdapat air mineral dalam dispenser yang menyajikan air dingin dan air panas serta minuman dalam sachet seperti kopi, teh, dan susu yang dapat dinikmati secara gratis oleh karyawan.

GAMBAR 2.4.

Foto *Pantry* PT. Formula Land



BAB III
HASIL PELAKSANAAN DAN
ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

1. *Public Relations* di PT. Formula Land

PT. Formula Land tidak memiliki divisi *Public Relations* atau staf *Public Relations* yang secara khusus mengurus menjalankan tugas-tugas kehumasan.

Tugas-tugas kehumasan PT. Formula Land dijalankan oleh dua divisi yaitu divisi *Human Resources* dan *General Affair* dan divisi *Marketing*.

“Pembagian tugas kehumasan didasarkan pada kategorisasi publik organisasi yaitu publik internal dan publik eksternal. Hubungan perusahaan dengan publik internal dikelola oleh divisi *Human Resources* dan *General Affair* sementara hubungan perusahaan dengan publik eksternal khususnya pelanggan merupakan tanggung jawab divisi *Marketing*.”
(*Human Resources* dan *General Affair*, 2017)

Divisi *Human Resources* dan *General Affair* PT. Formula Land dikepalai oleh Khusnul Khotimah dengan jabatan *Human Resources* dan *General Affair Manager*. Divisi *Marketing* dipimpin oleh Vina dengan jabatan *Marketing Manager*.

Menurut *Human Resources* dan *General Affair*, tugas-tugas kehumasan di PT. Formula Land telah ditangani dengan baik oleh divisi *Marketing* dan divisi *Human Resources* dan *General Affair*. Asumsi ini menjadi argumen mengapa PT. Formula Land tidak merasa perlu untuk membentuk divisi *Public Relations* untuk kemudian ditempatkan ke dalam struktur organisasi dan bertanggung jawab atas tugas kehumasan di PT. Formula Land. Menurut pernyataan *Marketing Manager* PT. Formula Land, pembagian tugas

kehumasan ke dalam dua divisi yang berada di jajaran manajemen justru dianggap menguntungkan perusahaan karena pelaksana tugas kehumasan memiliki ruang leluasa untuk memberikan masukan langsung kepada jajaran manajemen lainnya. Selain itu, pelaksana tugas kehumasan PT. Formula Land menduduki posisi strategis yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam perusahaan.

Sekalipun begitu, *Human Resources* dan *General Affair Manager* mengakui bahwa pembagian tugas kehumasan PT. Formula Land ke dalam divisi *Human Resources* dan *General Affair* dan divisi *Marketing* menyebabkan praktek kehumasan di PT. Formula Land tidak berjalan secara optimal. Masing-masing divisi yaitu divisi *Human Resources* dan *General Affair* dan divisi *Marketing* memiliki tugas besar lain yang tidak serta merta terkait dengan tugas kehumasan. Divisi *Marketing* PT. Formula Land mengemban tanggung jawab penuh terhadap proses pemasaran yang terdiri dari empat tahapan yaitu riset, perencanaan, aksi, dan evaluasi. Selain itu, divisi *Marketing* PT. Formula Land juga harus memenuhi target penjualan perusahaan yang telah ditetapkan. Di sisi lain, divisi *Human Resources* dan *General Affair Manager* tidak hanya berkeperluan untuk mengelola hubungan antara perusahaan dengan publik internal namun juga bertanggung jawab atas berbagai perizinan, pemeliharaan peralatan dan fasilitas interpersonal karyawan bagi perusahaan.

2. Karyawan di PT. Formula Land

Hingga bulan Juni 2017, tercatat sebanyak 61 orang bekerja di PT. Formula Land. Karyawan yang dimaksud oleh PT. Formula Land, menurut keterangan *Human Resources* dan *General Affair Manager*, adalah seluruh tenaga kerja yang bekerja di PT. Formula Land dengan kompensasi berupa gaji sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati pada kontrak kerja. Komposisi jenis kelamin karyawan PT. Formula Land didominasi oleh laki-laki dengan jumlah sebanyak 52 orang sementara karyawan berjenis kelamin perempuan hanya berjumlah sebanyak 9 orang.

Kedudukan karyawan di PT. Formula Land terbagi menjadi dua bagian yaitu tataran manajerial dan tataran pelaksana. Pada tataran manajerial terdapat Direktur, Manager Perencana, *Site Manager*, *Human Resources* dan *General Affair Manager*, *Marketing Manager*, dan *Accounting Manager*. Pada tataran pelaksana terdapat Arsitek, Konstruktor, *Quality Control*, Supervisor Proyek, Kepala Logistik, *Marketing*, Bagian Hutang Usaha, dan Kasir. Manager Perencana bekerja membawahi divisi Arsitek dan divisi Konstruktor; *Site Manager* membawahi divisi *Quality Control*, Supervisor Proyek, dan Kepala Logistik; *Human Resources* dan *General Affair Manager* membawahi divisi *Human Resources* dan *General Affair*; *Marketing Manager* membawahi divisi *Marketing*; *Accounting Manager* membawahi staf Hutang Usaha dan Kasir.

Karyawan PT. Formula Land tidak seluruhnya berkantor di kantor pusat PT. Formula Land tetapi tersebar di *Marketing Gallery* PT. Formula Land dan

site atau lokasi pengembangan proyek. Karyawan yang berkantor di kantor pusat PT. Formula Land yang terletak di Jl. Dr. Sutomo no. 66, Yogyakarta setiap harinya meliputi karyawan yang berada dalam divisi *Accounting* dan divisi *Human Resources* dan *General Affair*. Karyawan yang berada dalam divisi Perencana, *Site*, dan *Marketing* memang tidak melulu bekerja di dalam ruangan kantor karena kebutuhan lapangan yang sifatnya lebih fleksibel.

Karyawan yang bertugas di *Marketing Gallery* yang terletak di *Ground Floor* Plaza Ambarukmo diambil dari staf divisi *Marketing* dengan jadwal yang dibuat dengan sistem bergiliran. Setiap harinya, karyawan yang bertugas di *Marketing Gallery* bekerja dengan sistem pembagian shift pagi dan shift sore. Shift pagi dimulai pukul 09.00 hingga 16.30 WIB dan shift sore dimulai pukul 16.30 hingga 22.00 WIB. Rentang jam kerja ini menyesuaikan dengan jam operasional normal Plaza Ambarukmo. Dalam setiap shift, hanya satu karyawan saja yang bertugas untuk melayani pelanggan yang ingin mencari informasi terkait produk-produk PT. Formula Land.

3. *Employee Relations* di PT. Formula Land

Sejak awal mula didirikannya PT. Formula Land pada tahun 1993 lalu, PT. Formula Land telah menyadari kebutuhan untuk mengelola *employee relations* di perusahaannya. Hal ini dibuktikan dengan adanya divisi *Human Resources* dan *General Affair* di dalam struktur organisasi PT. Formula Land sejak perusahaan tersebut didirikan. Mulai tahun 1993 hingga Juni 2017 ini, *employee relations* di PT. Formula Land berada di bawah tanggung jawab

divisi *Human Resources* dan *General Affair* yang dikepalai oleh seorang *Human Resources dan General Affair Manager*.

Tercatat pada Juni 2017, Khusnul Khotimah adalah pemegang jabatan *Human Resources dan General Affair Manager*. Menurut *Human Resources dan General Affair Manager, employee relations* di PT. Formula Land dipahami sebagai upaya membangun hubungan baik antara karyawan dengan manajemen perusahaan maupun antar karyawan melalui keterbukaan komunikasi di antara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Hubungan baik yang terbangun antar karyawan maupun antara karyawan dengan pihak manajemen ditujukan untuk menciptakan iklim kerja yang positif yang mendorong peningkatan kinerja karyawan serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Khusnul Khotimah yang kini menjabat sebagai *Human Resources dan General Affair Manager* telah bekerja selama 10 tahun di PT. Formula Land dan merasakan suasana nyaman dalam bekerja yang diperoleh dari hubungan yang baik dengan karyawan maupun sesama jajaran manajemen telah mempengaruhi loyalitas dirinya terhadap PT. Formula Land.

Dalam rangka menciptakan hubungan baik dengan karyawan, divisi *Human Resources dan General Affair* berusaha menciptakan keterbukaan informasi melalui kanal-kanal komunikasi yang memungkinkan informasi diproses secara cepat, akurat, dan kredibel oleh karyawan maupun pihak manajemen. Kanal-kanal komunikasi ini diwujudkan dalam bentuk media komunikasi internal baik yang berbentuk fisik maupun digital.

Dalam menjalin komunikasi, divisi *Human Resources* dan *General Affair* PT. Formula Land tidak hanya memberikan informasi secara searah terhadap karyawan PT. Formula Land. Divisi *Human Resources* dan *General Affair* berusaha terbuka terhadap masukan yang ingin disampaikan oleh karyawan untuk pihak manajemen PT. Formula Land. Masukan dapat disampaikan secara langsung kepada divisi *Human Resources* dan *General Affair* maupun melalui saluran-saluran berupa media internal yang telah disediakan. Masukan secara langsung dapat dilakukan dengan alur karyawan menjumpai divisi *Human Resources* dan *General Affair* secara insidental ataupun lewat kegiatan-kegiatan tertentu yang sengaja diselenggarakan oleh divisi *Human Resources* dan *General Affair* dengan tujuan mencairkan ketegangan antara karyawan dengan pihak manajemen sehingga karyawan mendapat ruang untuk memberikan masukan dari sudut pandang karyawan terhadap jajaran manajemen PT. Formula Land.

Employee relations di PT. Formula Land juga dibangun melalui pemberian fasilitas—fasilitas yang menunjang kinerja karyawan atau memenuhi kebutuhan karyawan. Di kantor pusat PT. Formula Land, karyawan memiliki fasilitas berupa mushola, mesin fotokopi, dan *pantry*. Mushola dibangun dengan tujuan menunjang kebutuhan beribadah karyawan PT. Formula Land yang mayoritas beragama Islam. Mesin fotokopi disediakan bagi karyawan untuk menunjang kebutuhan penggandaan dokumen-dokumen perkantoran sehingga karyawan tidak perlu membuang waktu untuk keluar kantor hanya untuk kebutuhan fotokopi saja. Sedangkan *pantry* disediakan untuk

memenuhi kebutuhan konsumsi karyawan yang muncul di luar jadwal makan utama setiap harinya.

4. *Aktivitas Employee Relations* di PT Formula Land

Keberhasilan PT Formula Land dalam mempertahankan citra sebagai pengembang hunian kelas mewah terpercaya di Yogyakarta tidak lepas dari kinerja karyawan yang berkontribusi pada kesuksesan perusahaan. Dalam upaya membangun *employee relations* yang baik, Divisi *Human Resources* dan *General Affair* mengagendakan berbagai aktivitas yang ditujukan bagi karyawan, antara lain :

1. *Capacity Building Program*

Capacity Building Program adalah program pelatihan yang diselenggarakan oleh PT. Formula Land untuk karyawan. Program ini diwujudkan dalam format *workshop*, *training*, dan seminar dengan tujuan untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan karyawan yang akan berdampak pada peningkatan kualitas produk perusahaan. Melalui *Capacity Building Program*, PT. Formula Land juga hendak menyatakan bahwa perusahaan mereka memberikan dukungan terhadap karyawan untuk meningkatkan profesionalitas sesuai profesi yang dilakoni. *Capacity Building Program* tidak dilaksanakan secara rutin namun didasarkan pada kebutuhan karyawan di tiap-tiap divisi. Penilaian terhadap kebutuhan pengembangan kapasitas karyawan berada di kepala divisi untuk kemudian disampaikan dalam rapat jajaran direksi. Penentuan detil kegiatan seperti lokasi, waktu pelaksanaan, anggaran,

dan narasumber disepakati dalam rapat oleh divisi tertentu yang melakukan pengajuan. Pengembangan kapasitas karyawan tidak melulu dipenuhi melalui *Capacity Building Program* yang diselenggarakan secara mandiri oleh PT. Formula Land. Apabila terdapat kegiatan serupa yang diadakan oleh pihak di luar PT. Formula Land namun sejalan dengan kebutuhan pengembangan kapasitas karyawan, PT. Formula Land akan mengirimkan karyawan mereka untuk mengikuti kegiatan tersebut. PT. Formula Land mengklaim ini sebagai bagian dari *Capacity Building Program* karena plot anggaran yang digunakan termasuk dalam program tersebut. *Capacity Building Program* yang terakhir diikuti oleh karyawan PT. Formula Land adalah *workshop* dan seminar yang diselenggarakan oleh Ikatan Arsitek Indonesia, *Architecture Landscape Interior*, dan Institut BIM Indonesia pada tanggal 5 November 2016 lalu. *Workshop* dan seminar tersebut bertema *Integrated Large Scale Project Planning and Delivery* dan dihadiri oleh staf divisi Perencana dan *Site* PT. Formula Land.

2. Program *Best Employee of The Year*

Program *Best Employee of The Year* adalah program pemberian penghargaan bagi karyawan terbaik dalam kurun waktu satu tahun. Program ini dilaksanakan sebagai bentuk apresiasi PT. Formula Land terhadap kinerja dan loyalitas yang diberikan karyawan terhadap perusahaan. Selain itu, program ini merupakan sarana bagi PT. Formula Land untuk mendorong keinginan karyawan untuk berprestasi di

lingkungan kerja. Program *Best Employee of The Year* diberikan berdasarkan penilaian terhadap produktivitas, capaian, absensi, dan sikap karyawan ketika bekerja. Poin produktivitas dan capaian dinilai oleh jajaran manajemen, poin absensi dihitung dari rekaman presensi karyawan, sementara poin sikap karyawan dinilai oleh jajaran manajemen dan sesama karyawan. Keempat poin tersebut diakumulasikan untuk menentukan peringkat prestasi karyawan namun hanya satu karyawan terbaik saja yang diberi penghargaan sebagai *Best Employee of The Year* dalam setiap tahunnya. Apresiasi diberikan dalam bentuk tunjangan tambahan dengan nominal rupiah yang meningkat setiap tahunnya. Akan tetapi, program *Best Employee of The Year* ini telah mandeg sejak tahun 2014 dikarenakan keterbatasan waktu dan sumber daya manusia yang mengurus keberlanjutan program.

3. Buka Bersama

Buka bersama merupakan kegiatan PT. Formula Land yang mengambil momentum bulan Ramadhan. Kegiatan buka bersama karyawan PT. Formula Land diadakan sekali setiap bulan Ramadhan. Kegiatan ini selalu diselenggarakan di luar kantor dengan alasan ingin menciptakan suasana yang lebih santai. Kegiatan ini wajib diikuti oleh seluruh karyawan berikut jajaran manajemen PT. Formula Land. Pada tahun 2016 lalu, buka bersama diadakan di Restoran Pondok Cabe yang berlokasi di sekitar Jalan C. Simandjuntak, Terban, Yogyakarta. Di tahun 2017, buka bersama direncanakan akan diadakan pada salah satu hari

dalam pekan kedua menjelang Hari Raya Idul Fitri yaitu sekitar tanggal 12-18 Juni 2017.

4. Syawalan

Syawalan merupakan acara penutup pasca Idul Fitri yang dirayakan setiap tahun. Acara ini memang mengadopsi kebiasaan umat Islam namun kemudian dimanfaatkan oleh divisi *Human Resources* dan *General Manager* PT. Formula Land untuk menjalin silaturahmi antar karyawan dan antara karyawan dengan pihak manajemen. Oleh karena itu, kegiatan ini sifatnya wajib diikuti oleh seluruh karyawan dari jajaran pelaksana maupun jajaran manajerial. Acara ini biasanya diadakan di luar kantor PT. Formula Land karena alasan keterbatasan ruangan sekaligus menciptakan suasana cair dan santai dalam berinteraksi yang cenderung lebih kaku jika dilakukan di dalam kantor. Pada tahun 2017 ini, syawalan akan diselenggarakan pada kisaran tanggal 1-3 Juli 2017 atau satu minggu setelah Hari Raya Idul Fitri.

5. *Formula Land Family Trip*

PT Formula Land memiliki program *Formula Land Family Trip* yang bertujuan untuk membangun keakraban karyawan dan menyegarkan kembali pikiran serta tenaga yang terkuras selama bekerja. *Formula Land Family Trip* diadakan sekali dalam setahun atau sesuai satu proyek selesai diluncurkan. *Formula Land Family Trip* terbuka untuk diikuti oleh keluarga karyawan PT. Formula Land agar keluarga karyawan mengenal perusahaan yang menaungi salah satu anggota keluarganya.

Perencanaan *Formula Land Family Trip* dilakukan bersama-sama oleh seluruh karyawan dalam rapat tertentu untuk mencapai kesepakatan detail pelaksanaan program. *Formula Land Family Trip* terakhir kali diadakan pada pertengahan bulan Juli 2016 dengan tujuan kota Malang. Karyawan berangkat bersama-sama dengan menggunakan 3 bus pariwisata dari Yogyakarta menuju Malang. Destinasi yang dituju adalah Gunung Bromo, Museum Angkut, dan Batu *Secret Zoo*. Dalam *Formula Land Family Trip* 2016, hampir seluruh karyawan mengajak serta anggota keluarga mereka. Jumlah karyawan berikut keluarga yang mengikuti *Formula Land Family Trip* 2016 adalah sebanyak 116 orang.

6. Media Internal

Divisi *Human Resources* dan *General Affair* mengelola media internal yang ditujukan untuk mempermudah komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan. Media internal PT. Formula Land adalah sebagai berikut :

a. Surat

Surat adalah media internal PT. Formula Land yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat personal. Informasi dapat berasal dari sesama karyawan atau pun dari jajaran manajemen ke karyawan dan sebaliknya sejauh informasi yang disampaikan berkaitan dengan pekerjaan. Biasanya surat memuat informasi terkait perintah kerja/tugas, perintah panggilan, dan pemberitahuan. Surat masih digunakan karena dokumen fisik masih dianggap

sebagai media penyampaian informasi yang lebih resmi daripada media digital.

b. Papan pengumuman

Papan pengumuman adalah salah satu media informasi bagi karyawan di PT. Formula Land. Papan pengumuman memudahkan divisi *Human Resources* dan *General Affair* untuk meneruskan pesan-pesan yang bersifat umum seperti informasi hari libur, pengumuman terkait administrasi yang sifatnya tidak personal, serta pengumuman terkait produk perusahaan. Dalam beberapa kesempatan, papan pengumuman juga memuat profil karyawan yang termasuk sebagai *Best Employee of The Year*. Informasi seperti pengumuman hasil produksi dimuat pada papan pengumuman dengan tujuan untuk membuat karyawan semakin bersemangat dalam bekerja agar mendapat hasil produksi yang semakin baik. Sementara itu, pemasangan profil karyawan yang terpilih sebagai *Best Employee of The Year* ditujukan agar karyawan terpacu untuk bekerja lebih baik daripada karyawan yang sudah berprestasi. Penulis menemukan fakta bahwa papan pengumuman baru saja diperbarui satu minggu sebelum penulis melaksanakan KKL agar papan pengumuman dapat difungsikan kembali sebagaimana mestinya. Akan tetapi, hingga hari terakhir pelaksanaan KKL, papan pengumuman tersebut sama sekali tidak digunakan.

c. *Intranet*

PT. Formula Land memanfaatkan *intranet* sebagai media komunikasi yang hanya dapat digunakan oleh publik internal di dalam perusahaan karena hanya karyawan dalam perusahaan tersebut yang memiliki sambungan ke sistem tersebut. *Intranet* terdiri dari sistem *e-mail* yang memungkinkan transfer berbagai informasi hingga dokumen secara personal maupun massal. *Intranet* melakukan transfer pesan secara personal antara divisi *Human Resources* dan *General Affair* dengan karyawan, antar karyawan dengan pihak manajemen lainnya, maupun sesama karyawan. *Intranet* juga memungkinkan penyampaian pesan secara massal dari pihak divisi *Human Resources* dan *General Affair* kepada seluruh karyawan.

d. *E-mail*

Seluruh karyawan PT. Formula Land telah mempunyai akun *e-mail* yang digunakan untuk berkomunikasi dalam menunjang pekerjaan. Teknologi *e-mail* dimanfaatkan untuk melakukan transfer pesan secara personal maupun massal seperti yang dilakukan oleh media *intranet*. *E-mail* dari pihak perusahaan kepada karyawannya dikirim melalui divisi *Human Resources* dan *General Affair Manager*.

e. Grup *Whatsapp*

Divisi *Human Resources* dan *General Affair* berusaha mengikuti perkembangan media digital dengan membuat grup percakapan

dengan aplikasi *Whatsapp* bagi karyawan PT. Formula Land dengan *Human Resources* dan *General Affair Manager* sebagai administrator grup. *Whatsapp* adalah aplikasi *chatting* yang efektif untuk mengakomodir kebutuhan mengobrol tanpa membutuhkan waktu lama dalam proses penyampaian pesan. Hampir seluruh karyawan di PT. Formula Land memanfaatkan *Whatsapp* untuk mengirim dokumen mulai dari foto, video, rekaman suara, hingga dokumen teks untuk keperluan kerja. *Whatsapp* menutupi kekurangan *intranet* yang hanya dapat diakses di kantor karena *Whatsapp* dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh karyawan melalui perangkat yang mereka miliki.

Seluruh media internal yang digunakan oleh karyawan PT. Formula Land tidak hanya berguna untuk menjalin *employee relations* tetapi juga mempermudah divisi *Marketing* dalam penetrasi informasi terkait produk terbaru PT. Formula Land yang akan diluncurkan pada bulan Juli 2017 yaitu Bale Mulia III. Langkah tersebut dilakukan agar setiap karyawan PT. Formula Land dapat menjadi agen informasi produk PT. Formula Land serta memperluas cakupan jangkauan informasi di luar kerja-kerja divisi *Marketing*.

B. Deskripsi Keterlibatan Mahasiswa

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Formula Land selama 23 hari terhitung mulai hari Selasa, 2 Mei 2017 sampai dengan Jumat, 2 Juni 2017. Penulis bekerja di bawah divisi *Human Resources* dan *General*

Affair yang menjalankan tugas untuk membangun *employee relations*. Penulis berada di bawah bimbingan Khusnul Khotimah selaku *Human Resources* dan *General Affair Manager* PT. Formula Land yang mengepalai divisi *Human Resources* dan *General Affair* dan Vina selaku *Marketing Manager* yang memimpin divisi *Marketing*.

PT. Formula Land memiliki dua jam kerja yang berbeda. Di kantor pusat PT. Formula Land berlaku hari kerja Senin hingga Jumat dengan jam kerja mulai pukul 09.00-17.00 WIB dengan waktu istirahat pukul 12.00-13.00 WIB. Di kantor *Marketing Gallery* PT. Formula Land, jam kerja terbagi menjadi dua shift di setiap harinya yaitu pukul 10.00-16.30 WIB dan 16.30-20.00 WIB. Rentang ini waktu ini merupakan bagian dari penyesuaian dengan jam operasional Plaza Ambarukmo. *Marketing Gallery* PT. Formula Land buka setiap hari termasuk pada hari libur nasional dan hanya libur seturut kebijakan pengelola Plaza Ambarukmo saja. Rutinitas harian yang dijalani oleh karyawan hanya melakukan absensi yang kemudian dilanjutkan dengan kegiatan masing-masing.

Penulis pertama kali bekerja pada hari Senin, 2 Mei 2017. Pada hari pertama tersebut, penulis melakukan perkenalan dengan karyawan di kantor pusat PT. Formula Land sekaligus berkenalan dengan lingkungan kantor. Proses perkenalan mahasiswa didampingi langsung oleh *Human Resources* dan *General Affair Manager*. Selain melakukan perkenalan pada lingkungan kerja, penulis juga diberikan pengarahan bersangkutan dengan kegiatan KKL yang akan penulis lakukan di PT. Formula Land. Beberapa pengarahan yang

diberikan *Human Resources* dan *General Affair Manager* adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa KKL bekerja di bawah divisi *Human Resources* dan *General Affair*.
2. Mahasiswa KKL wajib mematuhi peraturan yang berlaku di PT. Formula Land.
3. Mahasiswa KKL wajib datang tepat waktu yakni 15 menit sebelum pukul 09.00 WIB jika hari tersebut berkantor di kantor pusat PT. Formula Land dan pulang pada pukul 17.00 WIB.
4. Mahasiswa wajib hadir 30 menit sebelum pukul 10.00 WIB jika ditugaskan berkantor di *Marketing Gallery* PT. Formula Land di Plaza Ambarukmo pada shift pagi atau 15 menit sebelum pukul 16.30 WIB jika bertugas pada shift sore. Mahasiswa diwajibkan pulang menurut jadwal usainya shift atau menunggu karyawan yang bertugas pada shift sore datang ke lokasi jika mahasiswa kebetulan sedang bertugas pada shift pagi.
5. Mahasiswa KKL wajib berpakaian rapi dan sopan yaitu berkemeja dengan celana panjang atau rok di bawah lutut.
6. Mahasiswa KKL bersikap sopan dan ramah kepada seluruh karyawan PT. Formula Land.

Pada minggu pertama bekerja, penulis diberi ruang untuk mengenali perusahaan secara mendalam dengan perkenalan dengan karyawan serta mempelajari *job description* masing-masing karyawan, mengumpulkan data

terkait deskripsi perusahaan, dan mengunjungi *Marketing Gallery* PT. Formula Land dengan didampingi oleh *Marketing Manager*. Di minggu kedua penulis memulai proses bekerja di dalam divisi *Human Resources* dan *General Affair* dengan mengikuti rapat divisi *Human Resources* dan *General Affair*.

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan KKL di PT. Formula Land akan diuraikan ke dalam dua kelompok yaitu kegiatan yang terkait dengan topik KKL yang hendak diteliti dalam perusahaan dan kegiatan-kegiatan yang tidak terkait dengan topik KKL. Adapun rincian kegiatan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan yang terkait dengan topik KKL

- a. Rapat divisi *Human Resources* dan *General Affair*

Setiap karyawan yang tergabung dalam divisi *Human Resources* dan *General Affair* wajib mengikuti rapat divisi setiap hari Senin pukul 09.30 WIB atau sesuai kebutuhan divisi. Rapat ini menjadi agenda rutin di divisi *Human Resources* dan *General Affair* PT. Formula Land yang bertujuan menyampaikan evaluasi, memaparkan masalah yang sedang dihadapi, menentukan solusi bersama, menyepakati rencana tindak lanjut, dan mengumumkan agenda-agenda berkaitan dengan kerja divisi. Penulis mendapat empat kali kesempatan untuk mengikuti *meeting* yaitu *meeting* yang dilakukan oleh divisi *Human Resources* dan *General Affair* pada tanggal 8, 15, 22, dan 26 Mei 2017. Rapat dilakukan di ruang serba guna kantor dengan menggunakan media laptop dan layar LCD. Selain membahas

beberapa poin berkaitan dengan pekerjaan, rapat tersebut juga membahas rencana buka bersama dan syawalan yang bertujuan untuk menjalin silaturahmi antar karyawan.

b. Melakukan pendataan karyawan

Penulis membantu divisi *Human Resources* dan *General Affair* untuk melakukan pendataan ulang masing-masing karyawan. Pendataan ulang ini dilakukan untuk memperbaharui data yang terakhir diperbaharui pada Juni 2016 lalu. Data yang dikumpulkan memuat identitas personal karyawan, perjanjian kerja dengan PT. Formula Land, dan Surat Keputusan yang diturunkan PT. Formula Land kepada karyawan.

c. Memilah surat dan disposisi ke karyawan

Penulis membantu proses transfer informasi dari divisi *Human Resources* dan *General Affair* kepada karyawan melalui pemilahan surat dan disposisi dari pihak jajaran manajemen kepada karyawan. Penulis mengelompokkan surat dan disposisi sesuai divisi yang dituju kemudian dibagi lagi berdasarkan personal karyawan yang dituju. Surat dari pihak manajemen atau divisi *Human Resources* dan *General Affair* kepada divisi lain diarahkan kepada kepala divisi yang ingin diberi informasi, sementara surat dengan tujuan personal karyawan diarahkan langsung kepada karyawan yang dituju.

d. Mengedarkan surat ke karyawan

Setelah melakukan pemilahan surat dan disposisi dari pihak jajaran manajemen kepada karyawan, penulis membantu divisi *Human Resources* dan *General Affair* untuk mengedarkan surat kepada karyawan sesuai tujuan yang tertera pada amplop surat maupun disposisi. Surat dari pihak manajemen atau divisi *Human Resources* dan *General Affair* kepada divisi lain diserahkan langsung kepada kepala divisi yang dituju, sementara surat dengan tujuan personal karyawan diserahkan langsung kepada karyawan yang dituju.

2. Kegiatan yang tidak terkait dengan topik KKL

a. Mengisi buku tamu

Setiap pengunjung selain karyawan tetap PT. Formula Land wajib mengisi buku tamu yang berada di Pos Keamanan kantor pusat PT. Formula Land. Penulis mengisi buku tamu setiap hari sebelum melakukan KKL, melapor setiap kali ingin keluar kantor di luar keperluan makan siang, dan mencatatkan jam pulang kerja setiap harinya.

b. Presensi

Penulis melakukan presensi kehadiran secara manual. Lembar presensi terdiri dari kolom tanggal, deskripsi aktivitas tanda tangan penulis dan tanda tangan pembimbing KKL.

c. Rapat divisi *Marketing*

Selama penulis melakukan KKL, penulis mengikuti satu kali rapat divisi *Marketing* pada tanggal 18 Mei 2017. Rapat tersebut adalah satu-satunya rapat divisi *Marketing* yang diadakan selama bulan Mei 2017. Hal ini dikarenakan seluruh anggota divisi *Marketing* sibuk melakukan promosi produk baru PT. Formula Land di lapangan. Selain itu, *Marketing Manager* merasa koordinasi kerja divisi *Marketing* dapat dilakukan tanpa melalui rapat selama agenda anggota divisi *Marketing* untuk terjun ke lapangan cukup padat. Rapat akan diselenggarakan kembali setelah brosur Bale Mulia III berada pada tahap final atau siap dicetak untuk memastikan pemahaman tentang produk benar-benar seragam serta menentukan taktik pemasaran berikutnya. Rapat divisi *Marketing* pada tanggal 18 Mei 2017 berisi pengkajian ulang rencana pemasaran, *update* target pemasaran, evaluasi kegiatan pemasaran yang sudah berjalan, dan membuat *break down* taktik pemasaran produk baru PT. Formula Land yaitu Bale Mulia III. Seperti rapat divisi *Human Resources* dan *General Affair*, rapat dilakukan di ruang serba guna kantor pusat PT. Formula Land dengan menggunakan media laptop dan layar LCD.

d. Mempelajari produk-produk perusahaan

Penulis mendapatkan kesempatan untuk mempelajari produk-produk pemasaran lewat bantuan Ruri selaku staf divisi *Marketing*

yang bertugas bersamaan dengan kesempatan yang diberikan penulis untuk bekerja di *Marketing Gallery* PT. Formula Land.

e. Mengikuti proses pelayanan *customer*

PT. Formula Land mengutamakan pelayanan yang baik kepada *customer*. Pelayanan *customer* dilayani di kantor *Marketing Gallery* yang berada di Plaza Ambarukmo dengan satu staf *Marketing* bertugas pada setiap shift. Penulis melihat proses pelayanan *customer* pada saat menerima kedatangan *customer*, mendeskripsikan produk-produk PT. Formula Land, memberikan informasi spesifik yang ingin diketahui *customer*, dan memberikan rekomendasi untuk *customer*.

f. Membantu *marketing* di *Marketing Gallery*

Penulis berkesempatan tiga kali mengunjungi *Marketing Gallery* PT. Formula Land. Pada kesempatan pertama, penulis berkenalan dengan staf yang bertugas didampingi oleh *Marketing Manager* yang melakukan kunjungan ke *Marketing Gallery*. Pada kesempatan kedua dan ketiga, penulis dibimbing oleh Ruri selaku staf divisi *Marketing* untuk membantu kerja beliau seperti mencatat identitas *customer* yang berkunjung ke *Marketing Gallery* PT. Formula Land berikut ringkasan terkait maksud kedatangan *customer* tersebut untuk kepentingan *database*.

g. Mengikuti proses koreksi brosur baru

Penulis mengikuti proses koreksi brosur produk baru PT. Formula Land yaitu Bale Mulia III yang akan diluncurkan pada bulan Juli 2017. Brosur Bale Mulia III mengalami beberapa kali revisi terkait gambar desain ruangan hunian, harga yang dipasarkan, *layout* brosur, hingga pergantian materi kertas pencetakan brosur.

h. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada *Human Resources* dan *General Affair Manager* dan *Marketing Manager* untuk mengetahui konsep dan tugas kehumasan di PT. Formula Land. Untuk mengetahui aktivitas *employee relations* PT. Formula Land, penulis melakukan wawancara kepada *Human Resources* dan *General Affair Manager*. *Human Resources* dan *General Affair Manager* juga merupakan narasumber utama yang mengetahui deskripsi perusahaan, struktur organisasi, dan perspektif serta program *employee relations*. Penulis juga melakukan wawancara kepada Ika sebagai staf divisi *Human Resources* dan *General Affair* untuk mengetahui program *employee relations* serta media komunikasi internal yang digunakan oleh PT. Formula Land. Ruri selaku staf divisi *Marketing* juga memberikan keterangan tambahan terkait kegiatan karyawan, gambaran besar tentang perusahaan, dan kerja-kerja pada divisi *Marketing*. Selama melaksanakan kegiatan KKL, penulis berusaha membangun hubungan yang baik dengan karyawan

PT. Formula Land. Penulis juga memanfaatkan waktu senggang untuk berinteraksi sekaligus melakukan wawancara singkat kepada beberapa karyawan PT. Formula Land.

C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL

1. Analisis Konsep *Public Relations*

Menurut Lattimore dan Baskin (2010 : 4), *Public Relations* merupakan sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi. Dalam konteks PT. Formula Land, tidak terdapat *Public Relations* berikut staf kehumasan dalam struktur organisasi PT. Formula Land yang secara khusus menjalankan fungsi kepemimpinan dan manajemen yang dijelaskan dalam konsep *Public Relations* oleh Lattimore dan Baskin.

Akan tetapi, berdasarkan temuan lapangan, PT. Formula Land telah melakukan praktek kerja kehumasan sesuai konsep *Public Relations* milik Cutlip dan Center (2009 :5) yaitu *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat bagi organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau keberhasilan dan kegagalan sebuah organisasi. Asumsi tersebut dibuktikan dengan adanya pembagian kerja pengelolaan hubungan antara perusahaan dengan publik perusahaan kepada divisi *Human Resources* dan *General Affair* dan divisi *Marketing*. Dengan rincian tanggung jawab yaitu Divisi *Human Resources* dan *General Affair* membangun serta

mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik internal yaitu karyawan, sedangkan divisi *Marketing* melaksanakan fungsi manajemen yang membangun hubungan baik antara organisasi dengan publik eksternal yaitu pelanggan.

2. Analisis Konsep Karyawan

Dalam Hasibuan (2005 : 12) dinyatakan bahwa karyawan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaga) yang mendapat kompensasi dengan besaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Dalam kaitannya dengan penelitian KKL ini, penulis menemukan bahwa PT. Formula Land mengakui seluruh tenaga kerja yang digaji oleh perusahaan mereka sebagai karyawan.

Menurut Ruslan (2007 : 272), karyawan memiliki beberapa persamaan ekspektasi sekalipun memiliki jabatan yang berbeda. Empat ekspektasi karyawan terhadap perusahaan adalah upah yang layak, perlakuan yang adil dan sama untuk meraih prestasi kerja dan kesempatan berkarier sesuai kemampuan, iklim kerja yang kondusif serta apresiasi yang sesuai dari pimpinan, dan keinginan atau perasaan mendapat saluran positif yang diakui atau dihargai oleh perusahaan.

Dari keempat aspek tersebut, penulis menemukan bahwa PT. Formula Land berusaha memenuhi ekspektasi karyawan melalui berbagai program. Perlakuan yang adil dan sama untuk meraih prestasi kerja dan kesempatan berkarier sesuai kemampuan ditunjukkan melalui kesempatan karyawan PT. Formula Land untuk turut serta dalam *Capacity Building Program* dan *Best Employee of The Year*. Program *Best Employee of The Year* sekaligus

merupakan upaya perusahaan untuk menciptakan iklim kerja yang kondusif dengan memberikan apresiasi terhadap performa kerja karyawan. Saluran aspirasi karyawan dipenuhi melalui media komunikasi internal serta kegiatan-kegiatan yang mencairkan komunikasi antara karyawan dengan jajaran manajemen seperti buka bersama, syawalan, dan *Formula Land Family Trip*.

3. Analisis Konsep *Employee Relations*

Lattimore dan Baskin (2010 : 233) memaparkan bahwa *employee relations* menciptakan dan memelihara sistem komunikasi internal antara pemilik perusahaan dengan para karyawan, berpartisipasi secara bebas dalam sebuah pertukaran informasi. PT. Formula Land mempraktekkan konsep tersebut melalui upaya-upaya menciptakan hubungan baik dengan karyawan yang menjadi tugas dari divisi *Human Resources* dan *General Affair* yang dikepalai oleh seorang *Human Resources* dan *General Affair Manager*. Partisipasi karyawan dalam proses komunikasi dipenuhi melalui adanya media komunikasi internal dan kegiatan-kegiatan bersama yang dirancang oleh divisi *Human Resources* dan *General Affair*.

Menurut Lattimore dan Baskin (2010 : 235), kegiatan *employee relations* harus merefleksikan keinginan-keinginan manajemen yaitu :

1. Terus menginformasikan tujuan, sasaran, dan rencana organisasi kepada karyawan.
2. Menginformasikan segala kegiatan, masalah, dan pencapaian organisasi kepada para karyawan.

3. Mendorong karyawan untuk memberikan masukan, informasi, dan timbal balik kepada pihak manajemen berdasarkan pengalaman, pemahaman, perasaan, kreativitas, serta alasan yang mereka miliki.
4. Mendorong komunikasi dua arah dengan frekuensi yang lebih sering, jujur, serta terkait pekerjaan antara manajer dan bawahannya.
5. Mengomunikasikan peristiwa-peristiwa penting secepat mungkin kepada semua karyawan, khususnya sebelum mereka mengetahuinya dari media. Mereka harus diberitahu terlebih dahulu.

PT. Formula Land memenuhi keinginan-keinginan manajemen tersebut melalui berbagai kegiatan yaitu rapat divisi secara berkala seperti yang dilakukan oleh divisi *Human Resources* dan *General Affair* serta divisi *Marketing* untuk penyampaian informasi terkait tujuan, sasaran, rencana organisasi, kegiatan, masalah, dan pencapaian perusahaan. Selain itu, PT. Formula Land memanfaatkan media komunikasi fisik maupun digital (surat, papan pengumuman, *intranet*, *e-mail*, dan grup *Whatsapp*) untuk meningkatkan frekuensi komunikasi sekaligus mempermudah penyampaian informasi terutama yang sifatnya penting dan darurat.

4. Analisis Aktivitas *Employee Relations*

Ruslan membagi aktivitas *employee relations* menjadi lima yaitu program Pendidikan dan Pelatihan, program Pencapaian Motivasi Kerja Berprestasi, program Penghargaan, program Acara Khusus, dan program Media Komunikasi Internal (1998 : 253). Dalam pelaksanaan KKL di PT. Formula

Land, menemukan kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam konsep aktivitas *employee relations* yang dipaparkan oleh Ruslan yaitu sebagai berikut :

1. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan ketrampilan (*skills*) para karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya (Ruslan, 1998 : 253). PT. Formula Land menjalankan program pendidikan dan pelatihan yang disebut dengan *Capacity Building Program*. Program yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja dan ketrampilan karyawan tersebut dilakukan secara mandiri dalam format kegiatan *workshop*, *training*, dan seminar serta dengan mengikutsertakan karyawan yang membutuhkan tambahan pengetahuan ke dalam kegiatan pengembangan kapasitas yang diselenggarakan oleh institusi yang kredibel seperti Ikatan Arsitek Indonesia, *Architecture Landscape Interior*, dan Institut BIM Indonesia.

2. Program Penghargaan

Penghargaan diberikan sebagai bentuk apresiasi perusahaan terhadap prestasi karyawan maupun loyalitas karyawan. Program ini merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk menumbuhkan semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas yang tinggi (Ruslan, 1998 : 254). Program *Best Employee of The Year* PT. Formula Land dapat digolongkan sebagai praktik program Pencapaian Motivasi Kerja Berprestasi lewat pemberian apresiasi dalam bentuk tunjangan terhadap karyawan yang

berprestasi. Akan tetapi, program tersebut tidak lagi dijalankan dengan alasan keterbatasan waktu dan sumber daya manusia yang mengurus program.

3. Program Acara Khusus

Program acara khusus sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari untuk menumbuhkan keakraban antara karyawan dengan pimpinan (Ruslan, 1998 : 255). Divisi *Human Resources* dan *General Affair Manager* mewujudkan program acara khusus di PT. Formula Land melalui kegiatan buka bersama, syawalan, dan *Formula Land Family Trip*.

4. Program Media Komunikasi Internal

Program ini merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk memberikan informasi menyeluruh kepada seluruh karyawan mengenai perkembangan terbaru perusahaan (Ruslan, 1998 :257). PT. Formula Land menggunakan beberapa media untuk memenuhi kebutuhan komunikasi internal yaitu :

a. Surat

Surat tradisional masih menjadi tulang punggung komunikasi internal organisasi karena dianggap lebih formal, langsung, personal dan mendapat perhatian lebih banyak dari penerimanya (Cutlip dan Center, 2009 : 272). Penggunaan surat di PT. Formula Land didasarkan pada alasan yang serupa dengan konsep penggunaan surat oleh Cutlip dan Center. Di era media komunikasi

digital, PT. Formula Land menganggap keberadaan surat masih mampu menyampaikan informasi personal secara langsung dengan kesan lebih formal yang menyebabkan penerima surat akan memberikan atensi lebih terhadap pesan yang termuat di dalamnya.

b. Papan pengumuman

Cutlip dan Center menyebut papan pengumuman sebagai *bulletin board*. *Bulletin board* adalah ruang fisik yang memuat pengumuman tradisional dan pengumuman elektronik. *Bulletin board* menampilkan informasi berupa pesan singkat di ruang publik yang strategis. *Bulletin board* juga menguntungkan karena memberikan akses yang cepat untuk membuat pengumuman dan melawan rumor dari sumber internal dan eksternal (Cutlip dan Center, 2009 : 274). PT. Formula Land menggunakan papan pengumuman yang dapat digolongkan sebagai *bulletin board* yang memuat pengumuman tradisional. Ketika masih aktif digunakan, *bulletin board* PT. Formula Land digunakan untuk menyampaikan informasi hari libur, administrasi, dan produk perusahaan. Namun, dalam kurun waktu kurang lebih sebulan selama penulis melaksanakan KKL, PT. Formula Land tidak menggunakan *bulletin board* sebagai media komunikasi internal sekalipun media *bulletin board* telah tersedia dan baru saja diperbarui.

c. *Intranet*

Intranet adalah media komunikasi yang hanya dapat digunakan oleh publik internal di dalam perusahaan karena hanya karyawan dalam perusahaan yang memiliki sambungan ke sistem tersebut. *Intranet* dapat terdiri dari sistem *e-mail*, publikasi pedoman kebijakan elektronik untuk karyawan, *electronic bulletin board*, dan berbagai sumber informasi data proyek (Cutlip dan Center, 2009 : 275). Pada praktek lapangan, PT. Formula Land menggunakan media komunikasi *intranet* tidak hanya untuk meneruskan pesan dari pihak manajemen ke karyawan namun juga menggunakan *intranet* sebagai media komunikasi antar karyawan dan dari karyawan ke pihak manajemen

d. *E-mail*

E-mail adalah surat elektronik yang dapat dikirimkan pihak perusahaan kepada karyawannya dengan sambungan internet (Cutlip dan Center, 2009 : 275). PT. Formula memanfaatkan *e-mail* untuk meneruskan pesan dari perusahaan kepada karyawan. *E-mail* juga terbuka untuk komunikasi antar karyawan maupun dari karyawan ke pihak manajemen menyangkut urusan pekerjaan.

e. Grup *Whatsapp*

Dalam teori yang dipelajari, penulis tidak menemukan konsep penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai media komunikasi internal organisasi maupun perusahaan. Aplikasi *Whatsapp* merupakan

media komunikasi yang muncul pada tahun 2010 dengan fitur yang terus dikembangkan sehingga memudahkan komunikasi interpersonal maupun komunikasi dalam grup. PT. Formula Land menggunakan *Whatsapp* untuk membentuk grup yang beranggotakan karyawan PT. Formula Land sehingga penyampaian informasi yang perlu diketahui oleh seluruh karyawan menjadi lebih mudah.

Kegiatan KKL yang penulis laksanakan di PT. Formula Land telah memberikan pelajaran dan pengalaman bagi penulis. Melalui pelaksanaan KKL di PT. Formula Land, penulis dapat mengetahui praktek kehumasan yang terjadi di lapangan dengan melihat aktivitas kehumasan PT. Formula Land secara langsung. Dalam analisis temuan data dan teori yang telah dipelajari melalui kuliah, penulis menemui banyak ketidaksesuaian teori dengan praktek kehumasan yang terjadi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. Formula Land adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti dengan jumlah karyawan sebanyak 61 karyawan. Dengan tujuan strategis perusahaan yaitu mempertahankan predikat sebagai perusahaan pengembang huniah mewah terpercaya di Yogyakarta dan sekitarnya, PT. Formula Land merancang berbagai kegiatan *employee relations* untuk mendorong kinerja dan menjaga loyalitas karyawan kepada perusahaan. Kegiatan *employee relations* PT. Formula Land juga sengaja dibuat untuk mempersatukan karyawan yang memiliki lokasi kerja tersebar setiap harinya.

Employee relations di PT. Formula Land tidak dijalankan oleh *Public Relations* atau staf kehumasan karena PT. Formula Land tidak memiliki *Public Relations* atau staf kehumasan dalam struktur organisasi perusahaan. *Employee relations* menjadi bagian tanggung jawab divisi *Human Resources* dan *General Affair* yang dikepalai oleh *Human Resources* dan *General Affair Manager*.

PT. Formula Land memenuhi aspek-aspek ekpestasi karyawan terhadap perusahaan yang dikemukakan oleh Ruslan melalui aktivitas-aktivitas *employee relations* yaitu :

1. *Capacity Building Program*
2. Program *Best Employee of The Year*
3. Buka Bersama
4. Syawalan
5. *Formula Land Family Trip*
6. Media internal yaitu surat, papan pengumuman, *intranet*, *e-mail*, dan grup *Whatsapp*

Melalui empat aktivitas *employee relations* tersebut, PT. Formula Land telah menjalankan empat jenis aktivitas *employee relations* yang diungkapkan oleh Ruslan yaitu :

1. Program Pendidikan dan Pelatihan yang diwujudkan dalam *Capacity Building Program*
2. Program Penghargaan yang diwujudkan dalam Program *Best Employee of The Year*
3. Program Acara Khusus yang diwujudkan dalam kegiatan buka bersama, syawalan, dan *Formula Land Family Trip*
4. Program Media Komunikasi Internal yang diwujudkan dalam surat, papan pengumuman, *intranet*, *e-mail*, dan grup *Whatsapp*.

B. Saran

Berdasarkan temuan data yang diperoleh penulis selama melaksanakan kegiatan KKL, saran yang dapat disampaikan penulis adalah sebagai berikut:

1. PT. Formula Land sebaiknya memiliki *Public Relations* atau staf kehumasan khusus yang mengelola *employee relations* sehingga lebih

fokus untuk menciptakan dan membina media komunikasi, program, ataupun kegiatan yang diadakan sehingga semuanya dapat berjalan dengan lebih maksimal.

2. Program *Best Employee of The Year* perlu diselenggarakan lagi agar karyawan kembali merasa diapresiasi melalui pemberian penghargaan oleh perusahaan.
3. Papan pengumuman yang sudah ada perlu dimanfaatkan kembali agar karyawan memiliki media internal berbentuk fisik yang mudah dan menarik untuk diakses.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. 1998. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations: Tenth Edition*. United State of America: Prentice Hall.
- Effendi, Onong Kunchjana. 1986. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, Malayu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.
- Herimanto, PC. Bambang, M. Assumpta Rumanti, FX. Indrojiono. 2007. *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta.
- Lattimore, Baskin, Otis, T. Heiman, Suzette, L. Toth, Elizabeth & K. Van Leuven James. 2010. *Public Relations :Profesi dan Praktik Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, dan Implementasi*. Bandung: Nuansa.

seruiens in lumine veritatis

LAMPIRAN



SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN KKL

PT. Formula Land dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rosaria Indah Setyaningsih

NPM : 100904131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Perguruan Tinggi : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

telah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di PT. Formula Land pada tanggal 2 Mei 2017 sampai dengan 2 Juni 2017.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 5 Juni 2017



ABSENSI KULIAH KERJA LAPANGAN

PT. FORMULA LAND

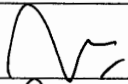





Nama : Rosaria Indah Setyaningsih

NPM : 100904131

Konsentrasi Studi : Public Relations

Asal Kampus : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

No	Hari, Tanggal	Aktivitas	TTD	
			Mahasiswa	Pembimbing
1	Selasa, 2 Mei '17	Perkenalan dengan Karyawan & Perusahaan	finis	
2	Rabu, 3 Mei '17	Mempelajari job description karyawan	finis	
3	Kamis, 4 Mei '17	Mengumpulkan data deskripsi perusahaan	finis	
4	Jumat, 5 Mei '17	Mengunjungi kantor Marketing Gallery	finis	
5	Senin, 8 Mei '17	Mengikuti rapat divisi HR dan GA	finis	
6	Selasa, 9 Mei '17	Wawancara dengan HR dan GA Manager	finis	
7	Rabu, 10 Mei '17	Mendokumentasikan media internal	finis	
8	Jumat, 12 Mei '17	Memilah surat dan disposisi ke karyawan	finis	
9	Senin, 15 Mei '17	Membantu divisi HR dan GA mendata kary	finis	
10	Selasa, 16 Mei '17	Mempelajari produk-produk perusahaan	finis	
11	Rabu, 17 Mei '17	Mengikuti proses pelayanan customer	finis	
12	Kamis, 18 Mei '17	Mengikuti rapat divisi Marketing	finis	
13	Jumat, 19 Mei '17	Membantu marketing di Marketing Gallery	finis	
14	Senin, 22 Mei '17	Wawancara dengan karyawan divisi lain	finis	
15	Selasa, 23 Mei '17	Mengikuti proses pelayanan customer	finis	
16	Rabu, 24 Mei '17	Mempelajari produk baru	finis	
17	Jumat, 26 Mei '17	Mengikuti rapat divisi HR dan GA	finis	

18	Dinggu, 28 Mei '17	Membantu marketing di Marketing Gallery	fmb	
19	Senin, 29 Mei '17	Mengikuti proses koreksi brosur baru	fmb	
20	Selasa, 30 Mei '17	Membantu HR dan GA compiling data kary	fmb	
21	Rabu, 31 Mei '17	Membantu HR dan GA mengadakan surat	fmb	
22	Kamis, 1 Juni '17	Nawancara dengan direktur	fmb	
23	Jumat, 2 Juni '17	Mengurus surat-surat untuk keperluan kkl	fmb	



**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

RAHASIA
Dibuat Rangkap 2 (dua) :
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan *)
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Posaria Indah Setyaningsih
NIM : 100904131

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di _____
pada tanggal 2 Mei 2017 sampai dengan 2 Juni 2017
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	93
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	95
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja intitusi.	90
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : hari Ijin : hari Alpa : hari Total Hadir : <u>23</u> hari	100

KESAN UMUM :

Yogyakarta, 5 Juni 2017

Pembimbing di Lokasi KKL


FORMULA LAND
 Khotimah
 HR & General Affair Manager

*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

**) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100