

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan yang berdiri dan berkembang dalam masyarakat tidak terlepas dari tantangan atau tekanan. Tantangan tersebut dapat berasal dari luar perusahaan itu sendiri ataupun berasal dari dalam perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat menghadapi tantangan dan tekanan maka perusahaan harus mampu membina hubungan yang baik dengan pihak-pihak tersebut melalui proses komunikasi. Pihak-pihak tersebut adalah khalayak *stakeholder*. *Stakeholder* adalah sekelompok orang yang mempunyai peran atau kepentingan dalam menentukan keberhasilan perusahaan, pihak tersebut berada di dalam atau di luar perusahaan (Kasali,2005:63).

Keberhasilan perusahaan tentunya tidak terlepas dari campur tangan dan dukungan dari internal perusahaan. Bagian yang memiliki peran yang besar atau yang paling berpengaruh dalam pencapaian tujuan perusahaan tersebut adalah sumber daya manusia yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Robbins bahwa organisasi atau perusahaan merupakan suatu kesatuan sosial yang di dalamnya dari orang atau kelompok orang yang berinteraksi satu dengan yang lainnya untuk mencapai suatu tujuan bersama (Robbins,1994:4). Suatu

organisasi tidak dapat berjalan atau tidak dapat hidup tanpa adanya komunikasi diantara sesama sumber daya dalam organisasi tersebut.

Dalam setiap organisasi terdapat sumber daya manusia yang meliputi pemimpin, dan sebagian besarnya adalah para karyawan atau anggota. Semua orang yang berada dalam organisasi tersebut pasti akan melakukan komunikasi. Suatu organisasi terbentuk untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut maka dibutuhkan kerjasama yang baik antara sesama sumber daya yang terdapat dalam organisasinya. Salah satunya adalah karyawan. Karyawan memiliki peran yang besar dalam mencapai tujuan organisasi. Tanpa adanya dukungan dari karyawan maka akan sulit dalam mencapai tujuan organisasi. Salah satu dukungan atau kerjasama yang diharapkan perusahaan dari karyawannya untuk mencapai tujuan perusahaan adalah tentunya melalui motivasi kerja yang tinggi dan kinerja yang baik dari karyawannya.

Maka untuk itu pimpinan hendaknya berusaha agar karyawan mempunyai motivasi tinggi untuk melaksanakan tugas atau pekerjaannya. Motivasi merupakan hal yang menjadi sangat penting karena dengan motivasi diharapkan setiap karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi (Hasibuan, 1996:92). Motivasi akan memberikan inspirasi, dorongan, semangat kerja bagi karyawan sehingga dalam perusahaan tersebut terjalin hubungan kerja yang baik antara karyawan dan pimpinan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara maksimal.

Namun banyak perusahaan yang kurang memperhatikan karyawannya, alasannya adalah karyawan lebih mudah untuk dikendalikan. Padahal menurut Jefkins (dalam Ruslan, 2007:271) bahwa karyawan merupakan aset yang cukup penting dan hubungan publik internal sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal. Ketika iklim investasi tumbuh dengan baik di Indonesia, maka akan muncul berbagai macam tantangan seperti persaingan antar perusahaan yang tidak terbatas pada bagaimana perusahaan tersebut dapat menangkap konsumen atau mempertahankannya tetapi hal yang tidak kalah penting juga adalah agar perusahaan dapat mempertahankan karyawan (Kasali, 2005: 66).

Untuk dapat mempertahankan karyawan dan mencapai tujuan perusahaan maka perusahaan harus dapat dengan baik mengelola karyawannya agar mendapatkan dukungan dari karyawannya. Bukan sekedar dukungan tetapi juga terjalinnya hubungan yang harmonis antar karyawannya. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan mendesain atau merancang program bagi karyawannya atau yang disebut sebagai *employee relations*.

Employee relations merupakan suatu kegiatan untuk membina dan meningkatkan komunikasi di dalam organisasi untuk menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, merangsang kreatifitas dan produktifitas, dan meningkatkan dukungan kepada manajemen (Hardiman, 2006: 37).

Sedangkan menurut Cutlip dan Center secara lengkap menyatakan *employee relations* adalah sekelompok orang bekerja yaitu karyawan atau pegawai di dalam suatu organisasi/lembaga/perusahaan (dalam Ruslan,

2007:273-274). Menurut Ruslan (2007:272) pengertian *employee relations*:

Merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode/aktivitas komunikasi yang mampu mengelola sumber daya manusia dan lain sebagainya demi tercapai tujuan organisasi. Kemudian pada akhirnya dapat meningkatkan hasil produktivitas perusahaan baik dilihat secara kuantitas maupun berkualitas ke dalam bentuk-bentuk barang atau pemberian jasa yang ditawarkan kepada publik sasarnya (*customer dan konsumen*).

Dari definisi yang diungkapkan beberapa tokoh tersebut maka dapat disimpulkan definisi *employee relations* merupakan suatu aktivitas atau metode yang dirancang suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengelola sumber daya yang terdapat dalam perusahaan tersebut sehingga dapat membantu dalam mewujudkan tujuan perusahaan tersebut. Dengan kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan yang dapat berimplikasi pada kinerja yang baik dan maksimal dari karyawannya.

Seseorang yang termotivasi pasti akan melakukan upaya sebaik mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan sedangkan karyawan yang tidak termotivasi hanya akan memberikan upaya yang tidak maksimal dalam hal bekerja di perusahaan tersebut. Maka dari itu sangat penting diadakan kegiatan atau program yang dapat meningkatkan motivasi karyawannya.

Keberhasilan dalam mengimplementasikan *employee relations* dalam suatu perusahaan dapat menghasilkan kualitas teknis produk baik itu barang maupun jasa yang lebih baik dan meningkat sehingga

pemakaian barang atau pihak pelanggan merasa puas dan dapat berimplikasi pada peningkatan citra. Kemudian melalui kegiatan *employee relations* tersebut maka dapat menimbulkan hasil yang baik atau positif, yakni karyawan merasa bahwa perusahaan tersebut memperhatikan dan menghargai mereka. Sehingga hal tersebut dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Selain itu kegiatan atau aktivitas tersebut juga dapat mengurangi dampak negatif terhadap manajemen perusahaan tersebut, seperti timbulnya rasa jenuh dan bosan bagi para pekerjanya (Ruslan, 2007:272-273).

Employee relations yang diimplementasikan kepada karyawan juga dapat membangkitkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan tersebut. Loyalitas kerja akan tercipta apabila karyawan merasa bahwa kebutuhan atau keinginan mereka tercukupi dalam perusahaan tempat mereka bekerja, sehingga mereka betah bekerja dalam suatu perusahaan. Menurut Kadarwati (dalam Soegandhi, 2013:3) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan dalam suatu perusahaan yaitu adanya fasilitas-fasilitas kerja seperti suasana kerja, kesejahteraan karyawan, serta upah yang diterima dari perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat diimplementasikan melalui kegiatan atau program yang dirancang oleh perusahaan. Loyalitas para karyawan dalam suatu perusahaan sangat diperlukan demi kesuksesan perusahaan itu sendiri. Menurut Reichheld, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu perusahaan,

makaperusahaan akan semakin mudah dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan yang telah ditetapkan oleh pemilik perusahaan tersebut(dalam Utomo, 2002:171-188). Maka dari itu perusahaan harus mampu mengelola program atau kegiatan yang berkualitas dan tepat bagi karyawanya.

Beberapa perusahaan sudah banyak yang merancang kegiatan atau program bagi karyawanya. Namun banyak kegiatan atau program yang telah dirancang perusahaan tersebut tidak berhasil. Ketidakberhasilan dapat dilihat dari sikap maupun perilaku karyawan. Kegagalan *employee relations* dapat mengakibatkan kelambanan pegawai, penurunan semangat dalam kerja, ketidakefisienan, penurunan hasil, pemogokan yang merugikan dan hal- hal lainnya yang dapat mengancam dan merugikan penjualan perusahaan (Moore, 1987:6). Menerapkan *employee relations* bagi karyawan memang sangat penting namun hal yang tidak kalah penting yang harus diperhatikan perusahaan adalah kualitas *employee relations* itu sendiri.

Menurut Cutlip dan Center (2006:255)*employee relations* dikatakan berkualitas jika berada dalam iklim yang jujur dan dapat dipercaya dan hal tersebut dapat diperoleh jika dalam perusahaan tersebut berada dalam situasi yang memiliki keyakinan dan kepercayaan yang terbentuk antar karyawan dan atasan, informasi yang jujur dan transparan yang bebas mengalir ke berbagai arah seperti ke atas, bawah di dalam sebuah perusahaan, kerja sama yang baik dan memuaskan antar sesama,

keberlanjutan kerja tanpa adanya konflik, lingkungan yang sehat dan aman.

Dari pernyataan yang dijabarkan Cutlip dan Center bahwa *employee relations* yang berkualitas ketika adanya keterbukaan atau transparansi dari pihak manajemen kepada karyawan. Untuk mencapai keberhasilan *employee relations* maka perusahaan harus memperhatikan kualitas dari *employee relations* yang diimplementasikan perusahaan tersebut. Agar *Employee relations* yang akan diimplementasikan suatu perusahaan dapat berhasil dan berkualitas maka penting untuk terbuka terhadap karyawan untuk menerima atau mengetahui persepsinya.

Persepsi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu. Sedangkan menurut (Sugihartono,dkk 2007:8) merupakan kemampuan otak dalam menerjemahkan suatu stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang diterima melalui alat indera manusia. Manusia memiliki sudut pandang yang berbeda dalam memandang sesuatu maka persepsi dipahami sebagai penilaian baik atau buruk terhadap sesuatu. Persepsi atau penilaian karyawan terhadap *employee relations* yang diterapkan di perusahaan sangat penting guna mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Jhon, dkk (2006:83) dalam bukunya yang berjudul perilaku dan manajemen organisasi mengatakan bahwa manajemen yang baik atau efektif ketika manajemen perusahaan mengambil keputusan dengan memperhitungkan dan menerima masukan, pendapat, persepsi dan

mengetahui kemampuan dan kepribadian karyawannya terhadap suatu kebijakan, program yang akan diterapkan dalam perusahaan, maka hal tersebut dapat memudahkan manajerial dalam usaha untuk memperbaiki perilaku kerja yakni produktivitas, kreatifitas dan kinerja karyawan.

Dengan menerima masukan dari karyawan sebelum memutuskan dalam pembuatan suatu kegiatan atau program sebenarnya sangat banyak menguntungkan perusahaan. Selain dapat membantu pihak manajerial dalam usaha mendapatkan ide tetapi juga dapat membangun komunikasi dan hubungan yang harmonis antar manajemen dengan karyawan. Selain itu karyawan merasa dianggap dan dihargai dalam perusahaan tersebut. Menerapkan *employee relations* yang berkualitas artinya berkualitas tidak hanya menurut persepsi pihak manajemen tetapi juga berkualitas menurut persepsi karyawannya. Ketika merancang suatu program dalam suatu perusahaan manajemen perlu mengetahui kemauan atau pendapat dari karyawannya. Karena yang menerima dan menjalankan kegiatan/program tersebut adalah karyawan tersebut. Untuk mengetahui persepsi karyawan maka perlu adanya komunikasi yang terbuka antara manajemen dan karyawan.

Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Seperti yang diungkapkan Mondry (2008:1) menjelaskan asal dari kata komunikasi *communication* yang berasal dari kata *common*, yang berarti sama, dengan maksud bahwa maknanya sama, maka dapat

disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa diantara komunikator dengan komunikannya.

Komunikasi sangat penting dalam berinteraksi dalam menyampaikan pesan kepada orang lain. Komunikasi juga berguna untuk mengubah sikap orang lain. Komunikasi merupakan hal yang sangat vital dengan komunikasi maka kita dapat memahami orang lain dan dapat menyamakan makna/persepsi sehingga terjalin hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan. Maka dengan komunikasi yang baik dan efektif suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya kesalahan komunikasi dan perbedaan persepsi atau interpretasi. Dengan komunikasi maka pihak manajemen dapat mengetahui apa yang sedang dipikirkan atau dibutuhkan karyawan begitu juga sebaliknya karyawan dapat mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemennya. Dengan adanya saling pemahaman dalam kebutuhan masing-masing antar pihak yakni manajemen dan karyawan maka keduanya akan saling menghargai dan saling menguntungkan.

Maka dalam hal ini persepsi karyawan penting diketahui terkait dengan *employee relations* yang dirancang manajemen guna mencapai tujuan dari perusahaan dan memenuhi kebutuhan karyawannya. Penjelasan Jhon, dkk terkait dengan pentingnya keterlibatan persepsi karyawan dalam suatu kebijakan yang terdapat dalam perusahaan ternyata dapat membantu manajemen untuk lebih mudah mencapai tujuan adalah untuk meningkatkan atau memperbaiki perilaku kerja karyawan dalam

perusahaan. Ketika manajemen hanya mengandalkan persepsi sendiri maka keberhasilan suatu program yang akan dirancang mungkin akan sedikit. Persepsi atau masukan adalah hal yang sangat penting guna mencapai tujuan organisasi sekaligus dapat menciptakan komunikasi dua arah yang harmonis diantara kedua belah pihak. Sedangkan menurut Deddy Mulyana (2005:180) mengatakan bahwa persepsilah yang akan menentukan apakah kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lainnya. Begitu juga halnya ketika karyawan berpersepsi negatif terhadap suatu kegiatan atau aktivitas yang dirancang perusahaan maka kemungkinan karyawan mengabaikan program tersebut.

Salah satu perusahaan yang mengelola karyawannya atau menerapkan *employee relations* adalah Mirota Kampus Babarsari. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti ingin melihat bagaimana persepsi karyawan pada kualitas *employee relations* di Mirota Kampus Babarsari. Dalam penelitian ini penulis memilih Mirota Kampus Babarsari sebagai objek penelitian. Alasan penulis dalam memilih Mirota Kampus Babarsari sebagai objek penelitian adalah karena Mirota Kampus Babarsari menerapkan program *employee relations* yang bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis antara manajemen dengan karyawan serta meningkatkan motivasi kerja yang dapat berimplikasi pada kinerja karyawan. *Employee relations* yang berkualitas dapat membangkitkan motivasi kerja karyawan yang bermuara pada produktivitas perusahaan dan juga dapat menjalin hubungan yang harmonis antar sumber daya

manusia yang terdapat dalam perusahaan. Sehingga, pada akhirnya tujuan tersebut tentunya dapat menjadi kesadaran dari perusahaan, penelitian ini hanya akan terbatas pada penjabaran dari hasil temuan data peneliti di lapangan yang kemudian dapat menjadikan rekomendasi-rekomendasi bagi perusahaan dan juga pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian ini.

Mirota Kampus Babarsari adalah salah satu perusahaan *retail* atau pusat perbelanjaan yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat, Mirota Kampus banyak menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari mulai dari makanan, peralatan rumah tangga, perlengkapan keluarga, peralatan kecantikan dan produk lainnya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kualitas *employee relations* dalam persepsi karyawan di Mirota Kampus Babarsari ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kualitas *employee relations* dalam persepsi karyawan di Mirota Kampus Babarsari.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Untuk menambah atau memperkaya pengetahuan keilmuan komunikasi khususnya kualitas *employee relations* dalam persepsi karyawan sehingga berguna bagi akademisi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi perusahaan yaitu Mirota Kampus Babarsari Yogyakarta dalam mengupayakan program *employee relations* bagi karyawannya.

E. Kerangka Teori

E. 1Employee Relations

E.1.1 Definisi *Employee Relations*

Employee relations merupakan bagian dari kegiatan *internal relations*. *Employee relations* merupakan suatu kegiatan yang dirancang manajemen yang tujuannya untuk membina dan meningkatkan komunikasi di dalam organisasi untuk menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, membangkitkan kreatifitas dan produktifitas karyawan, dan meningkatkan dukungan kepada manajemen (Hardiman, 2006:37).

Sedangkan menurut Cutlip, Center dan Broom (2006:254) dalam bukunya *effective public relations* menyatakan bahwa *employee relations* atau publik internal adalah sekelompok orang bekerja yaitu karyawan atau pegawai di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Karyawan merupakan aset yang paling penting dalam suatu perusahaan, hidup matinya suatu perusahaan berada di tangan karyawan. Untuk itu perusahaan perlu menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan karyawan. Hal tersebut dapat diciptakan melalui program atau aktivitas yang disebut sebagai *employee relations*. Pelaksanaan program *employee relations* (hubungan publik internal) yang tepat bagi suatu perusahaan merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki

kekuatan mengelolah sumber daya manusia demi pencapaian tujuan perusahaan.

E.1.2 Kegiatan *Employee Relations*

Maksud dan tujuan kegiatan atau program *employee relations* yang dirancang manajemen dalam suatu perusahaan atau organisasi, antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai alat atau sarana komunikasi internal yang dilaksanakan secara timbal balik dan dipergunakan dalam suatu organisasi/ perusahaan.
- b. Bertujuan untuk meminimalisir atau menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawannya.
- c. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menyampaikan, menjelaskan sesuatu yang penting atau berkaitan dengan perusahaan seperti kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi/perusahaan.
- d. Sebagai wadah atau perantara komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (Ruslan, 2007:277-278).

E.1.3 Kegiatan *Employee Relations* dapat dilaksanakan dalam berbagai

macam aktivitas dan program, antara lain sebagai berikut:

Program *Employee Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai macam bentuk antara lain:

1. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan diterapkan oleh suatu perusahaan, bertujuan untuk meningkatkan dan memaksimalkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

2. Program motivasi kerja berprestasi

Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievment motivation training* (AMT), dalam pelatihan tersebut perusahaan mengharapkan adanya motivasi kerja yang tinggi dan berimplikasi pada prestasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

3. Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan disini adalah kebijakan suatu perusahaan atau pimpinan dalam memberikan suatu penghargaan atau *reward* kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa 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*)

Untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama diantara sesama karyawan dan pimpinan. Maka Perusahaan membentuk suatu program khusus yang sengaja dirancang diluar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka *event* ulang tahun perusahaan, diadakan kegiatan keagamaan, olah raga, lomba dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya.

5. Program media komunikasi internal

Untuk memudahkan komunikasi dan menumbuhkan komunikasi yang harmonis maka perusahaan membentuk media komunikasi internal melalui buletin, *news release* (majalah dinding) dan majalah perusahaan /PR yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan (Ruslan, 2007:278-279).

E. 1.4 Kualitas *Employee Relations*

Menurut Jefkins (1995:171), setiap karyawan dalam perusahaan berhak untuk mengetahui informasi dan mengetahui kondisi perusahaannya dalam kondisi seperti apapun, baik itu dalam kondisi yang baik maupun dalam kondisi buruk. Sehingga karyawan dapat

mengambil sikap dan membuat keputusan terhadap masa depan yang akan dia pilih untuk perusahaanya.

Menurut Cutlip dan Center (2006:255) *employee relations* dikatakan berkualitas jika berada dalam iklim yang jujur dan dapat dipercaya dan hal tersebut dapat diperoleh jika dalam perusahaan tersebut berada dalam situasi yang memiliki keyakinan dan kepercayaan yang terbentuk antar karyawan dan atasan, informasi yang jujur dan transparan yang bebas mengalir ke berbagai arah seperti ke atas, bawah di dalam sebuah perusahaan, kerja sama yang baik dan memuaskan antar sesama, keberlanjutan kerja tanpa adanya konflik, lingkungan yang sehat dan aman.

Iklim komunikasi yang baik dalam suatu perusahaan dapat berdampak positif pada kepuasan komunikasi karyawan. Maka untuk memperoleh kepuasan komunikasi perusahaan perlu melakukan komunikasi yang efektif yang bersifat dua arah kepada karyawanya. Sehingga ada keterbukaan atau transparansi diantara perusahaan dan karyawanya sehingga saling memahami keinginan kedua belah pihak. Kondisi tersebut dapat diwujudkan melalui program *employee relations* yang dapat digunakan kedua belah pihak untuk melakukan komunikasi internal.

Employee relations yang diterapkan oleh perusahaan tentunya harus berkualitas, karena dengan *employee relations* yang berkualitas akan membantu karyawan untuk mengetahui dan memahami tujuan

perusahaan, nilai-nilai budaya, serta melibatkan karyawan dalam isu-isu yang mempengaruhi kehidupan kerja mereka. Kualitas program *employee relations* juga dapat mengarah pada nilai-nilai keterbukaan dan kejujuran ketika mempraktikkan komunikasi dua arah.

Menurut Jefkins Kualitas program *employee relations* sangat dipengaruhi oleh empat hal pokok, diantaranya adalah:

1. Diterapkannya sikap keterbukaan manajemen perusahaan terhadap para karyawannya atau disebut sebagai *open management system*
2. Adanya rasa saling menghormati dan menghargai antara satu sama lain, baik ia bertindak sebagai pimpinan maupun sebagai bawahan demi tercapai tujuan utama perusahaan dapat disebut sebagai *Mutual Appreciation*.
3. Adanya kesadaran atau pengakuan dari pihak perusahaan akan nilai-nilai arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dengan para karyawannya yang disebut sebagai *two ways communication*
4. Keberadaan seorang manajer yang memiliki keterampilan manajerial serta berpengalaman dalam mendapatkan dukungan kualitas sumber daya manusia (dalam Ruslan, 2007:276-277)

Program *employee relations* yang berkualitas akan mampu meningkatkan kepuasan komunikasi karyawan yang nantinya dapat mengarah pada motivasi karyawan serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Selain itu pentingnya *employee relations* yang berkualitas dapat menjadikan sesuatu yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Maka dari itu karyawan menginginkan informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan dan mereka sangat menginginkan informasi tersebut yang khususnya disalurkan dari atasan mereka, adanya komunikasi yang terbuka dan kepuasan antara manajer dengan karyawannya, terdapat komunikasi dua arah terkait dengan perkembangan bisnis perusahaan karena dapat mempengaruhi karyawan untuk semakin percaya diri dalam mengembangkan perusahaan. Oleh Karena itu perusahaan harus mampu menciptakan program *employee relations* yang berkualitas.

E.1.5 Pentingnya Dalam Mengikuti Program *Employee Relations*

Dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan dapat diwujudkan dengan pengelolaan baik karyawan perusahaannya melalui kegiatan *employee relations*. Karena karyawan merupakan aset penting seperti yang paparkan di dalam buku *Effective Public Relations* Cutlip, Center, dan Broom (2006:254) menyatakan bahwa komunikasi di dalam organisasi bisa dikatakan bahwa komunikasi internal seperti karyawan lebih penting ketimbang komunikasi eksternal, karena perusahaan harus

berfungsi secara efektif dalam mencapai tujuannya guna menjaga kelangsungan hidupnya.

Komunikasi dengan karyawan haruslah direncanakan dengan strategi dan koordinasi terpusat. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa pesan tersebut berhubungan dengan strategi perusahaan yang telah disampaikan. Selain itu, koordinasi yang baik diperlukan agar isi pesan dapat disampaikan dengan tepat kepada seluruh karyawan sehingga karyawan memiliki pemahaman yang sama terkait dengan pesan yang disampaikan perusahaan yang dapat mempengaruhi dan menentukan tumbuhnya suatu komunikasi yang baik antara pihak manajemen dengan segenap unsur staf atau pegawainya adalah terciptanya rasa memiliki dan tanggung jawab bersama sehingga setiap karyawan merasa dirinya dibutuhkan dan dihargai. Dengan diterapkannya program *employee relations* perusahaan mengharapkan keikutsertaan para karyawan.

Keberhasilan suatu program ketika karyawan terlibat dalam program tersebut. Karena program akan sia-sia jika program tersebut tidak diikuti karyawan yang pada dasarnya tujuan program tersebut adalah untuk karyawan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Maka karyawan sangat penting dalam mengikuti segala aktivitas atau kegiatan yang diterapkan perusahaan bagi karyawannya. Dan hal yang penting bahwa komunikasi memegang peranan penting di dalam aktivitas *employee relation* ini.

Untuk mendapatkan kualitas atau keberhasilan *employee relations* berdasarkan teori yang sudah dipaparkan pada teori *employee relations* maka perusahaan harus mampu mengelola dengan baik berbagai aktivitas karyawan yang akan atau telah diterapkan, salah satunya melalui komunikasi yang baik dan terbuka dengan karyawannya karena komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Seperti yang diungkapkan Mondry (2008:1) menjelaskan asal dari kata komunikasi *communication* yang berasal dari kata *common*, yang berarti sama, dengan maksud bahwa maknanya sama, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa diantara komunikator dengan komunikannya.

Melalui persepsi karyawan maka perusahaan dapat mengetahui penilaian atau kebutuhan yang diinginkan karyawannya. Selain itu melalui komunikasi untuk mengetahui persepsi karyawan maka akan terjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan karyawan.

E.2 Pengertian Persepsi

Sugihartono, dkk (2007: 8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak manusia dalam menerjemahkan rangsangan atau stimulus. Persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan stimulus diterima alat indera manusia. Manusia dalam menanggapi atau melihat sesuatu pasti memiliki perbedaan sudut pandang ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Menurut Sobur (2003:445) persepsi terbagi atas dua yaitu pengertian sempit dan pengertian luas. Dalam pengertian sempit didefinisikan sebagai penglihatan, yaitu bagaimana cara seseorang dalam melihat sesuatu, sedangkan dalam pengertian luas persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut Maramis persepsi adalah kemampuan seseorang dalam melihat dan mengenal sesuatu seperti misalnya barang, kualitas atau hubungan, namun terdapat perbedaan dalam melihat hal tersebut dipengaruhi oleh proses yaitu dalam mengamati, mengetahui, atau mengartikan setelah pancaindranya mendapatkan stimulus (dalam Sunaryo, 2002: 93-94).

Persepsi adalah proses untuk menginterpretasikan kesan-kesan yang ditangkap oleh sensoris mereka guna memberi arti bagi lingkungannya. Namun manusia dalam menginterpretasikan sesuatu dapat berbeda-beda apa yang diterima seseorang bisa saja berbeda dari realitas objektif, meskipun setiap individu tersebut bisa melihat hal yang sama pada situasi yang sama. Hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor, faktor-faktor ini bisa terletak internal atau pribadi pembentuk persepsi, Karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, minat, pengalaman masa lalu dan harapan-harapan seseorang (Robbins, 2002:46).

Dari pengertian persepsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan proses pemberian makna, penilaian, menginterpretasikan atau penilaian sesuatu objek, informasi yang diterima

dari pancaindra atau perasaanya, sehingga mereka sadar akan lingkunganya.

E.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepi

Menurut Miftah Toha (2003:145), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

- a. Faktor internal yang terdiri dari perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal yang terdiri dari latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawananan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

E.2.2 Proses terjadinya Persepsi

Menurut Miftah Toha (2003:145), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi

Dalam proses registras ini, suatu tanda atau gejala yang terlihat adalah mekanisme fisik yang terdiri dari penginderaan dan

syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan dan melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim tersebut kepadanya.

c. Interpretasi

Interpretasi adalah suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yang terjadi dalam proses memberikan arti kepada rangsangan yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut tergantung pada cara pengalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Menurut Rhenald Khasali (2005:23), terbentuknya persepsi seseorang berakar dari berbagai faktor diantaranya yakni:

- a. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut oleh seseorang atau masyarakat. Menurut Alo Liliweri, kebudayaan merupakan sesuatu yang dipelajari, dipertukarkan, pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum adat istiadat, nilai dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat Adat istiadat mencakup adat keluarga dan juga adat lingkungan atau daerah asal (2002:7-11).
- b. Pengalaman masa lalu seseorang atau kelompok tertentu merupakan menjadi dasar seseorang untuk berpendapat atau

memiliki pandangan. Pengalaman meliputi pemikiran dan ingatan terhadap suatu objek.

- c. Nilai-nilai yang dianut (moral, norma, dan keagamaan yang dianut atau nilai yang berlaku di masyarakat). Nilai merupakan bagian atau unsur yang penting dalam sebuah kebudayaan yang menuntun sesuatu apakah boleh melakukan atau tidak melakukan sesuatu atau apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah, patut atau tidak patut (Liliweri, 2002: 194).
- d. Berita-berita yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini.

F. Kerangka Konsep

Employee relations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk membina dan meningkatkan komunikasi dalam suatu perusahaan untuk menciptakan komunikasi yang terbuka agar dapat meningkatkan produktifitas kerja karyawan. Menurut Cutlip dan Center (2006:255) *employee relations* dikatakan berkualitas jika berada dalam iklim yang jujur dan dapat dipercaya dan hal tersebut dapat diperoleh jika dalam perusahaan tersebut berada dalam situasi yang memiliki keyakinan dan kepercayaan yang terbentuk antar karyawan dan atasan, informasi yang jujur dan transparan yang bebas mengalir ke berbagai arah seperti ke atas, bawah di dalam sebuah perusahaan, kerja sama yang baik dan memuaskan antar sesama, keberlanjutan kerja tanpa adanya konflik, lingkungan yang sehat dan aman.

Penelitian yang ditekankan dalam *employee relations* ini adalah kualitas *employee relations* yang diterapkan di Mirota Kampus Babarsari. Definisi kualitas merupakan mutu atau tingkat baik buruknya sesuatu objek. Kualitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mutu atau tingkat baik buruknya program *employee relations* yang diterapkan di Mirota kampus Babarsari.

Menurut Jefkins (dalam Ruslan, 2007:276-277) Kualitas *employee relations* sangat dipengaruhi oleh empat hal pokok, diantaranya adalah :

1. Adanya keterbukaan manajemen perusahaan terhadap para karyawannya atau disebut sebagai *open management system*
2. Adanya rasa saling menghormati dan menghargai antara satu sama lain, baik ia bertindak sebagai pimpinan maupun sebagai bawahan demi tercapai tujuan utama perusahaan dapat disebut sebagai *Mutual Appreciation*.
3. Adanya kesadaran atau pengakuan dari pihak perusahaan akan nilai-nilai arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dengan para karyawannya yang disebut sebagai *two ways communication*
4. Keberadaan seorang manajer yang memiliki keterampilan manajerial serta berpengalaman dalam mendapatkan dukungan kualitas sumber daya manusia nya.

Keempat hal di atas jika dijalankan maka dapat menghasilkan *Employee relations* yang berkualitas, *employee relations* yang berkualitas akan mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan yang nantinya dapat mengarah pada produktivitas tinggi serta menumbuhkan loyalitas karyawan pada perusahaan.

Dalam penelitian kualitas *employee relations* dilihat dari persepsi karyawan. Persepsi adalah bagaimana seseorang melihat atau memandang sesuatu. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang menilai sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata. Persepsi yang ditekankan pada penelitian ini adalah penilaian karyawan tentang baik buruknya program *employee relations* yang diterapkan di Mirota Kampus Babarsari sebagai riset evaluasi atau temuan data di lapangan terhadap karyawan Mirota Kampus Babarsari.

Metodologi penelitian terkait dengan populasi dan sampel penelitian tidak masuk pada asumsi pengkategori karyawan. Seluruh karyawan Mirota kampus Babarsari masuk sebagai sampel penelitian dengan total 124 karyawan.

G. Definisi Operasional

1. Kualitas *employee relations*

Kualitas *employee relations* adalah mutu atau baik buruknya *employee relations* yang diimplementasikan di Mirota kampus

Babarsari. Ada empat dimensi dalam pengukuran kualitas *employee relations* tersebut yaitu:

a. *Open Management System (OMS)*

OMS merupakan sistem manajemen yang mengarah pada nilai-nilai keterbukaan perusahaan yaitu Mirota Kampus Babarsari terhadap para karyawannya mengenai segala informasi, kebijakan dan keputusan yang berkaitan dengan perusahaan. Kualitas *employee relations* dari dimensi OMS ini dikategorikan menjadi tiga. Kualitas program *employee relations* dikategorikan baik jika pihak manajemen transparan dalam memberikan segala informasi, kebijakan dan keputusan mengenai perusahaan, pihak manajemen terbuka untuk menerima masukan dari karyawannya. Dikategorikan kurang baik jika pihak manajemen kurang transparan dalam memberikan segala informasi, kebijakan, dan keputusan mengenai perusahaan, pihak manajemen kurang terbuka untuk menerima masukan dari karyawannya. Dikategorikan tidak baik jika pihak manajemen tidak transparan dalam memberikan segala informasi, kebijakan dan keputusan mengenai perusahaan, dan pihak manajemen tidak terbuka untuk menerima masukan dari karyawannya.

b. *Mutual Appreciation (MA)*

MA adalah adanya saling menghargai antara satu sama lain, artinya pimpinan menghargai bawahannya. Penghargaan diberikan

untuk ide, kerja, kinerja dan prestasi dari karyawannya. Hal ini dimaksudkan ketika karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan maka akan tercipta rasa memiliki terhadap perusahaan. Kualitas *employee relations* dari dimensi MA ini dikategorikan menjadi tiga. Dikategorikan baik jika perusahaan memberi *reward*, perusahaan memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan memberikan tunjangan kesejahteraan. Dikategorikan kurang baik jika perusahaan kurang memberi *reward*, perusahaan kurang memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan memberikan tunjangan kesejahteraan, dan Dikategorikan tidak baik jika perusahaan tidak memberi *reward* kepada karyawan, perusahaan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan memberikan tunjangan kesejahteraan.

c. *Two Ways Communication* (TWC)

TWC merupakan manajemen menjalankan komunikasi yang terbuka dengan karyawannya. Menjalankan komunikasi yang terbuka artinya adalah adanya komunikasi dua arah, karyawan atau bawahan dapat langsung berkomunikasi dengan atasan begitu juga sebaliknya atasan dapat langsung berkomunikasi dengan bawahan dan adanya adanya *feedback* dalam proses komunikasi tersebut. Kualitas *employee relations* dari dimensi TWC ini dikategorikan menjadi tiga. Dikategorikan baik jika karyawan dapat secara langsung berkomunikasi dengan

atasan/pimpinan, begitu juga sebaliknya atasan secara langsung berkomunikasi dengan karyawan, adanya *feedback* atau tanggapan yang positif dari atasan. Dikategorikan kurang baik jika karyawan sulit berkomunikasi secara langsung dengan atasan/pimpinan, begitu juga sebaliknya atasan sulit berkomunikasi langsung dengan karyawan, kurang adanya *feedback* atau tanggapan yang positif dari atasan. Dikategorikan tidak baik jika karyawan tidak dapat secara langsung berkomunikasi dengan atasan/pimpinan, begitu juga sebaliknya atasan tidak dapat langsung berkomunikasi dengan karyawan, tidak adanya *feedback* atau tanggapan yang positif dari atasan.

d. Kemampuan Manajer

Kemampuan manajer adalah kemampuan pimpinan dalam mengelola sumber daya manusianya yaitu karyawannya agar memiliki motivasi kerja dan loyal terhadap perusahaan salah satunya melalui *employee relations*. Kualitas *employee relations* dari dimensi kemampuan manajer ini dikategorikan menjadi tiga. Dikategorikan baik jika atasan memiliki jiwa kepemimpinan dalam mengelola karyawannya. Dikategorikan kurang baik jika atasan kurang memiliki jiwa kepemimpinan dalam mengelola karyawannya, Dikategorikan tidak baik jika atasan tidak memiliki jiwa kepemimpinan dalam mengelola karyawannya.

Tabel 1.1
Defenisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Tingkat pengukuran
Variabel Kualitas Employee Relations	a. <i>Open Management System</i>	a. <i>Open Management System:</i> 1. Pihak manajemen transparan dalam memberikan informasi mengenai informasi, kebijakan dan keputusan perusahaan 2. Pihak manajemen terbuka untuk menerima masukan dari karyawan	Skala Likert	Ordinal
	b. <i>Mutual Appreciation</i>	b. <i>Mutual appreciation:</i> 1. Perusahaan memberika <i>reward</i> atas ide, kinerja, prestasi bagi karyawan 2. Perusahaan memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan memberi tunjangan kesehatan.		
	c. <i>TwoWays Communication</i>	c. <i>TwoWays Communication:</i> 1. Karyawan dapat secara langsung berkomunikasi dengan atasan		
	d. Kemampuan Manajerial			

		<p>2. Adanya <i>feedback</i> atau tanggapan yang positif dari atasan</p> <p>d. Kemampuan Manajer</p> <p>1. Atasan memiliki kemampuan dalam mengelola karyawannya</p> <p>2. Atasan dapat meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawannya.</p>		
--	--	---	--	--

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tipe deskriptif. Riset ini bertujuan untuk dapat menjelaskan atau mendeskripsikan dengan sistematis, faktual dan akurat tentang informasi atau fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008:67). Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan fakta-fakta atau sifat-sifat karyawan yang berkaitan pada kualitas program *employee realtions*. Jenis penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel.

2. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Penelitian survei (Kriyantono, 2008:60) adalah suatu metode riset yang instrumen pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk

dapat memperoleh informasi atau data tentang sejumlah respon yang dianggap mewakili populasi tertentu.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam riset ini adalah karyawan Mirota Kampus Babarsari.

4. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2010:72) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang di dalamnya terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Mirota Kampus Babarsari Yogyakarta yang saat ini berjumlah 124 orang. Semuanya diambil sebagai unsur penelitian (*total sampling*)

5. Teknik Pengumpulan data

Berdasarkan klasifikasinya, data dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran pada objek sebagai sumber informasi. Alat yang digunakan peneliti yakni kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang disusun secara sistematis. Kuesioner yang peneliti pakai menggunakan skala likert dengan tiga tingkat pernyataan pada variabel pertama yaitu, setuju, kurang setuju, tidak setuju (Bungin, 2013:129).

Data sekunder merupakan data yang bukan peneliti sendiri yang dapatkan artinya data tersebut adalah data yang diperoleh dari tangan kedua. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari perolehan sumber yang tersedia, seperti profil organisasi, *website*, dan sebagainya (Bungin, 2013:129).

6. Teknik Analisis Data

Jenis analisis data yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah dengan menggunakan distribusi frekuensi. Kegunaan distribusi frekuensi untuk membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data peneliti (Bungin, 2013:187). Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas program *employee relations*. Rentang skor yang digunakan dalam variabel ini yaitu satu sampai tiga. Maka nantinya skor ini akan terbagi atas tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah untuk melihat kualitas program *employee relations* Mirota Kampus Babarsari dari segi mayoritas responden dan rata-rata untuk melihat secara umum program *employee relations* Mirota Kampus Babarsari.

7. Uji Validitas dan Realibilitas

Dalam pengujian instrumen yang perlu diperhatikan adalah kesalahan (validitas) dan keandalan (realibilitas). Uji validitas dan realibilitas dilakukan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat yang akurat dan dapat dipercaya.

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner dikatakan valid jika kuesioner tersebut mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya (Kriyantono, 2008:141).

Jika uji validitas berfungsi untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar-benar telah mengungkapkan faktor atau indikator yang ingin diselidiki.

Untuk mencari validitas yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor yang telah yang diperoleh dari setiap penjumlahan pada masing-masing pernyataan. Skor total didapatkan dari hasil penjumlahan semua skor item. Bila skor semua pernyataan yang disusun berkorelasi dengan skor total maka dikatakan alat ukur pada penelitian memiliki validitas. kriteria kuisoner dalam penelitian ini dikatakan valid didasarkan pada teknik korelasi *product moment* dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Bila angka korelasi melebihi angka dalam *r* tabel maka korelasi tersebut dikatakan signifikan (Singarimbun, 1995:143). Dikatakan valid jika *r* hitung (*corrected item-total correlation*) lebih besar dari *r* tabel, rumusnya adalah:

$$\text{Rumus Validitas} = \frac{N(\sum XY - (\sum X \sum Y))}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X = skor pernyataan

Y = skor total

N = banyaknya subjek pemilik nilai

XY = jumlah pernyataan dikalikan skor total



Tabel 1.2

Uji Validitas Kualitas *Employee Relations*

N=124

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
1	terbuka_informasi	0,464	0,148	valid
2	terbuka_kebijakan	0,593	0,148	valid
3	terbuka_keputusan	0,606	0,148	valid
4	menerima_masukan	0,629	0,148	valid
5	senang_menerima	0,724	0,148	valid
6	menghargai_karyawan	0,662	0,148	valid
7	Kinerja	0,649	0,148	valid
8	presensi_tinggi	0,672	0,148	valid
9	Kesejahteraan	0,559	0,148	valid
10	Tunjangan	0,461	0,148	valid
11	Asuransi	0,366	0,148	valid
12	komunikasi_terbuka	0,659	0,148	valid
13	komunikasi_pimpinan	0,534	0,148	valid
14	feedback_positif	0,588	0,148	valid
15	karyawan_puas	0,626	0,148	valid
16	pimpinan_baik	0,574	0,148	valid
17	jiwa_kepemimpinan	0,639	0,148	valid
18	membangkitkan_motivasi	0,606	0,148	valid
19	mengevaluasi_program	0,529	0,148	valid
20	mengimplementasikan_evaluasi	0,600	0,148	valid

Table 1.2 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang akan digunakan dalam mengukur kualitas *employee relations*

valid. Nilai dari r tabel didapatkan dari rumus $df = N-2$. Nilai N merupakan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 124 orang. Maka didapat $124-2 = 122$, dan angka 122 tersebut dicocokkan dengan tabel *product moment*, sehingga angka yang didapat adalah 0,148. Berdasarkan ketentuan variabel dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Dalam uji validitas yang dilakukan pada tabel tersebut terlihat bahwa seluruh angka yang terdapat pada tabel r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 1989:40). Bila suatu alat pengukuran dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukuran tersebut reliable. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode Alpah *Cronbach*. Rumus ini digunakan karena jawaban dalam kuesioner merupakan rentang atas beberapa nilai.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas instrumen (*Cronbach Alpha*)

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = total varian

Kuisoner dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60 (> 0,6) (Santosa dan Ashari, 2005:251). Dari tabel di bawah menunjukkan bahwa nilai *alpha cronbachy*akni 0,921 lebih besar dari 0,6.

TABEL 1.3

Uji Realibilitas

Variabel	Nilai alpha Cronbach	Standar	Keterangan
Kualitas <i>Employee Relations</i>	0.921	>0,6	Reliabel