



Strategi *Employee Relations* PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) dalam Memotivasi Kerja Karyawan

Khairunnisa Puspa Mahardika^{1*}, Hari Eko Purwanto²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mahardikaaaa16@gmail.com

Abstract. *The success of a company is not only determined by the quality of the products and services offered, but also by the company's ability to manage employee relations, which is part of the internal public relations function. Without a targeted strategy, companies risk facing low motivation and declining performance. This study aims to understand the employee relations strategy of PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) in motivating employee work. The theory used refers to Albrecht (2020) which includes internal communication, rewards, career development programs, work flexibility, and conflict resolution mechanisms. The research method uses a descriptive qualitative approach with interview, observation, documentation, and source triangulation techniques. The results show that the employee relations strategy at Rekanesia is implemented through weekly communication forums, one-on-one meetings, providing material and non-material appreciation, flexible working hour policies, and informal activities such as team building. This strategy has been proven to increase employee motivation, satisfaction, and loyalty, thereby creating a productive and conducive work environment. Practically, this research can provide input for PT. Resultan Karya Indonesia to continue strengthening a more effective, participatory, and sustainable internal communication strategy, so that the company is able to face competitive challenges while maintaining its existence in the modern era.*

Keywords : *Employee Relations; Image; Public Relations Image; Public Relations; Work Motivation.*

Abstrak. Keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk maupun layanan yang ditawarkan, melainkan juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola *employee relations* yang merupakan bagian dari fungsi *public relations* internal. Tanpa strategi yang terarah, perusahaan berisiko menghadapi rendahnya motivasi dan menurunnya kinerja. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi *employee relations* PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) dalam memotivasi kerja karyawan. Teori yang digunakan mengacu pada Albrecht (2020) yang mencakup komunikasi internal, penghargaan, program pengembangan karier, fleksibilitas kerja, serta mekanisme penyelesaian konflik. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *employee relations* di Rekanesia dijalankan melalui forum komunikasi mingguan, one-on-one meeting, pemberian apresiasi materi dan non-materi, kebijakan fleksibilitas jam kerja, serta kegiatan informal seperti team building. Strategi ini terbukti meningkatkan motivasi, kepuasan, dan loyalitas karyawan sehingga menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan kondusif. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi PT. Resultan Karya Indonesia untuk terus memperkuat strategi komunikasi internal yang lebih efektif, partisipatif, dan berkelanjutan, sehingga perusahaan mampu menghadapi tantangan persaingan sekaligus mempertahankan eksistensi di era modern.

Kata Kunci: Citra; Citra *Public Relation*; *Employee Relations*; Motivasi kerja; *Public Relation*.

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin tinggi akan persaingan yang kuat, suatu keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan dengan produk atau jasa yang ditawarkan melainkan juga oleh bagaimana perusahaan mampu mengelola komunikasi internal yang efektif. Dalam perspektif *Public Relations*, komunikasi internal merupakan bagian penting dari fungsi *Employee Relations* untuk membangun hubungan kerja yang harmonis, menumbuhkan rasa kebersamaan, dan meningkatkan motivasi karyawan. Salah satu bagian dari PR adalah *employee relations*, yaitu aktivitas untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dan

karyawannya. Hubungan yang sehat di internal perusahaan, seperti antara atasan dengan bawahan, atau antar karyawan, akan berdampak langsung pada produktivitas kerja.

PR internal berperan penting untuk menyampaikan aspirasi karyawan kepada manajemen serta menjaga suasana kerja yang positif. Adanya praktisi *public relations* sangat dibutuhkan dalam komunikasi internal untuk membantu pihak manajemen yang berguna untuk menciptakan suasana komunikatif bagi kinerja pegawai. Adapula beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mewujudkan hubungan internal yang baik yaitu, pertama bisa membuat jurnal internal yang dapat menginformasikan tentang profil perusahaan agar pegawai dan karyawan dapat mengetahui informasi tentang apa, bagaimana, seperti apa, dan seterusnya mengenai perusahaan tempat mereka bekerja. Kedua, membuat media komunikasi internal yang berguna untuk menyampaikan informasi secara cepat kepada khalayak internal perusahaan dengan menggunakan media papan pengumuman, stasiun radio perusahaan, kotak saran, dan sebagainya.

PT Resultan Karya Indonesia atau yang dikenal dengan Rekanesia merupakan instansi yang bergerak dibidang training, consulting agency dan event organizer yang memiliki fokus pada pengembangan sumber daya manusia secara berkelanjutan yang memiliki tugas pokok untuk melaksanakan tugas atau urusan yang sesuai dengan arahan mitra. Rekanesia juga merupakan perusahaan yang bermitra dengan para pemimpin dari berbagai sektor. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana peran CEO dalam merangkap fungsi PR mampu mengelola *employee relations* guna meningkatkan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi baik secara teoretis dalam memperkaya kajian PR internal, maupun secara praktis sebagai masukan bagi PT Resultan Karya Indonesia untuk mengembangkan strategi komunikasi internal yang lebih efektif

2. TINJAUAN PUSTAKA

Public Relations (PR) merupakan elemen penting dalam manajemen komunikasi suatu organisasi. PR memiliki peran strategis dalam membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dan publiknya, baik internal maupun eksternal. Fungsi utama PR adalah untuk menciptakan citra positif organisasi, mengelola krisis, serta memastikan komunikasi yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan (Jefkins, 2017). Dr. Rex Harlow dalam bukunya *A Model for Public Relations Education for Professional* mendefinisikan PR sebagai “fungsi manajemen yang khas yang mendukung pemeliharaan jalur komunikasi antara organisasi dan publiknya, mencakup aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama” (Rosady, 2020). Keberadaan PR dalam suatu organisasi bukan sekadar pelengkap,

tetapi memiliki fungsi yang strategis dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Kegiatan *Public Relations* ditujukan kepada dua jenis sasaran, Publik internal dan Publik eksternal. Menurut Ruslan Rosady (2020: 22-23) Ruang lingkup tugas *Public Relations* dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1) Membina hubungan ke dalam (Publik Internal)

Publik internal pada hal ini adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang *Public Relations* harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi

2) Membina hubungan keluar (Publik Eksternal)

Publik Eksternal pada hal ini adalah umum (Masyarakat). Mengusahakan timbulnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Employee Relations

Employee Relations (ER) adalah cabang dari *Public Relations* yang secara khusus menangani hubungan antara manajemen dan karyawan dalam suatu organisasi. ER berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, meningkatkan loyalitas karyawan, serta memastikan komunikasi yang efektif di berbagai tingkatan dalam organisasi (Heathfield, 2019).

Menurut Heathfield (2019), *Employee Relations* adalah "serangkaian kebijakan dan praktik yang dirancang untuk memastikan hubungan kerja yang sehat antara manajemen dan karyawan, mencakup komunikasi, pengelolaan konflik, serta kesejahteraan tenaga kerja." Dalam definisi ini, ER tidak hanya berfokus pada komunikasi antara karyawan dan manajemen, tetapi juga mencakup aspek kesejahteraan dan kepuasan kerja yang dapat berdampak langsung pada produktivitas organisasi. *Employee Relations* memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Menurut Blau (1964), hubungan dalam organisasi sering kali didasarkan pada prinsip pertukaran sosial, di mana karyawan yang merasa dihargai oleh perusahaan akan cenderung lebih termotivasi untuk bekerja lebih baik. Hubungan yang baik antara karyawan dan manajemen akan menciptakan siklus positif yang memperkuat keterlibatan dan motivasi kerja. Retensi karyawan merupakan salah satu tantangan utama dalam dunia kerja modern. Perusahaan yang memiliki strategi *Employee Relations* yang kuat cenderung memiliki tingkat turnover karyawan yang lebih rendah (Smith & Brown, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Allen, Shore, dan Griffeth (2020), perusahaan yang memiliki kebijakan komunikasi internal yang efektif dan hubungan kerja yang harmonis

memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi, sehingga karyawan cenderung bertahan lebih lama dalam organisasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat objek tertentu. Tujuan penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berpikir tertentu.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret sampai dengan Juni 2025 di Kantor PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) Gedung Jaya Lantai 5 Unit A.6 JL. M.H Thamrin No.12, RT.002/RW.001, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu secara faktual dan cermat. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggali informasi secara mendalam tanpa melakukan manipulasi terhadap informan.

Pendekatan kualitatif deskriptif berpedoman pada penilaian subjektif yang bersifat nonstatistik atau nonmatematis, di mana ukuran nilai yang digunakan bukan berupa angka atau skor, melainkan dalam bentuk kategorisasi nilai atau kualitas data yang diperoleh (Sugiyono, 2019). Pemilihan informan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Penelitian ini menerapkan teknik *Purposive sampling* untuk menentukan siapa yang menjadi sumber informasi atau informan. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita teliti, sehingga akan mempermudah peneliti menjelajahi objek yang diteliti (Sugiyono, 2013). Sementara menurut Burhan Bungin (2015) Tujuan utama dalam pengambilan sampel adalah mengidentifikasi informan kunci yang kaya informasi. Peneliti memilih informan yang diyakini memiliki pengetahuan tentang masalah yang diteliti dan dapat memberikan informasi yang kemudian dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Informan atau narasumber yang akan peneliti wawancari dan dimintai data yaitu berjumlah 2 orang, diantaranya:

Tabel 1. Teknik Penemuan Informan.

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	Andi Junasa Andhika	Laki-Laki	Chief Executive Officer (PT. Resultan Karya Indonesia)
2.	Ailsa Syaffa Dynia	Perempuan	Social Media Manager (PT. Resultan Karya Indonesia)
3.	Vandri Syahputra	Laki - laki	CBDO (PT. Resultan Karya Indonesia)

Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang menjadi sasaran dari informasi penulis, dan pihak-pihak yang mempunyai data yang dibutuhkan.

- a) Wawancara
- b) Dokumentasi
- c) Observasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis jawaban informan melalui pertanyaan yang telah diberikan pada saat wawancara. Berikut hasil wawancara mengenai strategi *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan.

Komunikasi Internal

Komunikasi internal yang biasa dikenal dengan *internal communication* merupakan salah satu kegiatan penting bagi perusahaan untuk memberikan suasana kerja yang akan tetap tenang meskipun sedang mengalami krisis. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa komunikasi internal di PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) berjalan secara efektif dan terstruktur. Hal ini tercermin dari strategi *employee relations* yang diterapkan, yang mampu membangun komunikasi dua arah antara manajemen dengan karyawan, serta antar karyawan itu sendiri. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi dari atasan ke bawahan, tetapi juga membuka ruang bagi aspirasi, umpan balik, dan partisipasi aktif dari seluruh lapisan karyawan.

Penghargaan Bagi Karyawan

Apresiasi merupakan salah satu bentuk perhatian perusahaan terhadap karyawannya. Dengan memberikan apresiasi, perusahaan menunjukkan bahwa hasil kerja dan kontribusi karyawan diakui dan dihargai. Hal ini menjadi penting dalam menciptakan rasa nyaman dan

meningkatkan semangat kerja. PT. Resultan Karya Indonesia memiliki berbagai bentuk apresiasi yang diberikan kepada karyawannya.

Program Pengembangan Karier

Produktivitas karyawan merupakan kemampuan individu dalam menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien dalam jangka waktu tertentu. Tingkat produktivitas tidak hanya ditentukan oleh keterampilan dan tanggung jawab karyawan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor laieperti motivasi, kenyamanan lingkungan kerja, kepuasan, serta hubungan interpersonal di tempat kerja.

Pembahasan

Pada penelitian ini peneliti menggunakan informan untuk mendapatkan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan memberikan pertanyaan kepada informan yang telah ditentukan berdasarkan pemahaman permasalahan yang menjadi topik penelitian. Informan dalam penelitian ini merupakan pihak-pihak yang menguasai strategi *employee relations* yang sedang diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini.

1. Strategi Employee Relations

Pembahasan berikut ini mengenai strategi *employee relations* yang digunakan oleh PT Resultan Karya Indonesia dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Pembahasan ini menggunakan teori *employee relations* dari Albrecht yang memiliki 4 tahapan yaitu Komunikasi Internal, Apresiasi, Kesejahteraan, dan Relasi Kerja.

2. Motivasi Kerja

Menurut teori Herzberg (1959) faktor motivasi kerja menjadi 1 kategori, yaitu faktor motivasi dan faktor pemeliharaan. Faktor pemeliharaan meliputi seperti gaji, kondisi kerja, dan hubungan dengan atasan. Sedangkan faktor motivasi meliputi pencapaian, pengakuan, tanggung jawab, dan pengembangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor motivasi meliputi.

a. Pencapaian (Achievement)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencapaian karyawan diukur tidak hanya melalui capaian target kerja, tetapi juga melalui kontribusi ide dan keterlibatan aktif dalam forum internal. Perusahaan menerapkan sistem *Objectives and Key Results* (OKR) setiap tiga bulan sebagai tolak ukur pencapaian, yang kemudian dievaluasi dalam rapat pleno.

b. Pengakuan (Recognition)

Pengakuan yang diberikan oleh PT. Resultan Karya Indonesia terlihat

dalam berbagai bentuk, baik verbal maupun non-verbal. Pengakuan verbal dilakukan dengan menyebut nama karyawan berprestasi dalam rapat pleno atau forum Kamisan, serta memberikan pujian secara langsung. Pengakuan non-verbal ditunjukkan dengan pemberian kesempatan lebih besar, seperti memimpin proyek atau menangani klien baru.

c. Tanggung Jawab (Responsibility)

Perusahaan memberikan kepercayaan kepada karyawan dengan cara menugaskan mereka untuk memimpin proyek, mengelola event, maupun menangani klien. Hal ini diperkuat dengan adanya *one-on-one* yang dilakukan secara rutin setiap tiga bulan, di mana karyawan diberi ruang untuk menerima tanggung jawab baru sesuai dengan kinerja mereka.

d. Pengembangan (Growth/Advancement)

PT. Resultan Karya Indonesia memberikan kesempatan berkembang melalui berbagai mekanisme, seperti forum Kamisan mingguan, rapat pleno triwulanan, serta kesempatan mengikuti pelatihan eksternal.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi *employee relations* di PT. Resultan Karya Indonesia (Rekanesia) dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah menerapkan strategi *employee relations* melalui empat pendekatan utama, yaitu komunikasi internal, apresiasi, kesejahteraan, dan relasi kerja. Strategi ini dijalankan secara terstruktur melalui kegiatan rutin seperti forum mingguan "Kamisan", sesi diskusi *one-on-one* antara atasan dan karyawan, serta rapat pleno yang dilaksanakan di luar kantor. Melalui pendekatan tersebut, PT. Resultan Karya Indonesia berupaya menciptakan lingkungan kerja yang terbuka, suportif, dan komunikatif.

Komunikasi internal yang dibangun memungkinkan terciptanya rasa memiliki dan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, apresiasi yang diberikan perusahaan, baik secara tangible maupun intangible, seperti gaji yang layak, fleksibilitas kerja, serta kegiatan informal yang mendekatkan hubungan antar individu, berkontribusi besar dalam membentuk suasana kerja yang positif. Perusahaan juga memberikan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan melalui kebijakan "change hour" dan "change day", yang menunjukkan adanya kepedulian terhadap keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan.

Strategi *employee relations* juga mendorong peningkatan motivasi kerja yang ditandai

dengan meningkatnya kepuasan kerja, produktivitas, serta loyalitas karyawan. Karyawan merasa dihargai, didengar, dan dilibatkan, yang pada akhirnya mempengaruhi performa kerja mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi *employee relations* yang diterapkan oleh PT. Resultan Karya Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Albrecht, S. L. (2020). The role of employee relations in shaping job satisfaction as an antecedent to worker well-being and organizational commitment. *Employee Relations*, 42(6), 1234–1252.
- Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2020). The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process. *Journal of Management*, 26(3), 447–459.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. Wiley.
- BrandBooks Rekanesia. (2025).
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2020). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Daud, R. F., Umiyati, H., Ginting, E. A., Mitrin, A., Winangsih, R., Rahman, A., El Akhlaq, M. N., Hanika, I. M., Athalarik, F. M., Eka Putra, A., Dewi, N. P. S., Nathanael, G. K., Itasari, A. A., & Ramonita, L. (2023). *Public relations: Suatu pengantar*. Widina Bhakti Persada.
- Dessler, G. (2021). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.
- Fitriani, R. (2021). Strategi employee relations dalam meningkatkan produktivitas karyawan.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2020). *Organizations: Behavior, structure, processes* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Heathfield, S. M. (2019). Employee relations: Definition, concept, and strategies. *The Balance Careers*.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Jefkins, F. (2017). *Public relations techniques*. Butterworth-Heinemann.
- Lestari, S., & Nugroho, A. (2023). Implementasi employee relations dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. PLN Area Pekanbaru.
- Lewis, L. K., et al. (2023). Employee coping with organizational change in the face of a pandemic: The role of transparent internal communication. *Frontiers in Communication*.
- Maulidia, S. (2023). Implementasi employee relations dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT. Pertamina (Persero).
- Rahayu, M., & Sugianto, B. (2020). Pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi dan kinerja karyawan.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.

Rosady, R. (2020). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Rajawali Pers.

Smith, J., & Brown, K. (2021). The impact of employee engagement on retention: A case study. *International Journal of Human Resource Studies*, *11*(2), 34–48.

The British Institute of Public Relations. (2020). Definition of public relations. *Journal of Public Relations Research*, *32*(4), 211–225.

Wahyudi, T., & Santoso, D. (2022). Pengaruh employee relations terhadap loyalitas karyawan di perusahaan start-up.