

Aktivitas *Public Relations* dalam Membina Hubungan dengan Karyawan melalui Program Pembinaan “Sehati” di Yayasan Kesehatan Telkom

Fricellia Fadia Ramadhan, M. Subur Drajat
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
cellifricellia@gmail.com

Abstract—PT. Telkom is experiencing problems in health that affect performance. So, it is necessary to create public relations communication activities in managing health education messages and information, assisted by the West Java Telkom Health Foundation (Yakes), through the 'SEHATI' (Healthy in Our Office) program. This study aims to determine the management of employee health information data, management of health coaching media, management of health coaching messages and to find out the reasons for the importance of carrying out public relations activities. The method used is qualitative with a case study approach. The results of the study show that public relations communication activities in fostering employee relations still need to be improved in terms of delivery and development which begins with the data management process and employee disease classification, in utilizing digital media for health coaching, and the effectiveness of health education messages is hampered due to the covid-19 pandemic. . Public relations activities at "SEHATI" are based on getting feedback from both parties, namely employees and Yakes Telkom in creating, supervising, and improving the company's image so that it remains stable.

Keywords—*Public Relations, Organizational Communication, Health Communications.*

Abstrak—PT. Telkom mengalami masalah dalam kesehatan yang berpengaruh terhadap kinerja. Maka, perlu diciptakan aktivitas komunikasi public relations dalam mengelola pesan edukasi dan informasi kesehatan, dibantu oleh Yayasan Kesehatan (Yakes) Telkom Jawa Barat, melalui program 'SEHATI'(Sehat di Kantor Kita). Bertujuan untuk mengetahui pengelolaan data informasi kesehatan karyawan, pengelolaan media pembinaan kesehatan, pengelolaan pesan pembinaan kesehatan dan mengetahui alasan pentingnya menjalankan aktivitas public relations. Adapun metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi public relations dalam membina hubungan karyawan masih perlu diperbaiki dari segi penyampaian dan pengembangan yang diawali proses pengelolaan data serta klasifikasi penyakit karyawan, dalam memanfaatkan media digital untuk pembinaan kesehatan, dan efektivitas pesan edukasi kesehatan menjadi terhambat karena pandemic covid-19. Aktivitas public relations pada “SEHATI” didasari untuk mendapat timbal balik dari kedua belah pihak yaitu karyawan dan Yakes Telkom

dalam menciptakan, mengawasi, dan meningkatkan citra perusahaan agar tetap stabil.

Kata Kunci—*Hubungan Masyarakat, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Kesehatan.*

I. PENDAHULUAN

Pandemic covid-19 sudah merebak hingga lebih dari 200 negara di dunia. Hal ini menjadikan hidup manusia di dunia mengalami perubahan. Berikut data terpapar covid-19 masyarakat Indonesia per 6 Februari yaitu;



Gambar 1. Jumlah Data Indonesia Terpapar Covid-19.

Sumber: <https://covid19.go.id>

Adanya perubahan aspek pada keseharian masyarakat Indonesia maupun negara lain. Salah satu dampak yang terasa saat ini yaitu terhadap dunia pekerjaan khususnya di Indonesia, dimulai dari pekerja kantoran, buruh, pengusaha, dan usaha kecil terkena dampaknya. Data Kementerian Ketenagakerjaan per 20 April 2020 tercatat sebanyak 2.084.593 pekerja, dari 116.370 perusahaan dirumahkan (WFH) dan terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Pemberlakuan WFH (Work From Home), membuat karyawan menjadi tidak efektif dalam pekerjaannya. Salah satu kondisi ketidakefektifan bagi karyawan yaitu, menjadi tidak fokus dengan pekerjaan yang dihadapi, pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan menjadi terbengkalai, dan terjadi penguluran waktu sehingga penyelesaiannya tidak maksimal.

Data kesehatan karyawan sejak 15 Februari 2021, sekitar 46% dari 1400 pekerja yang di survei akhir tahun lalu telah berjuang dengan masalah kesehatan mental. Sebanyak 55% mengatakan masalah mental yang dipengaruhi sejak masa pandemic. Oleh sebab itu karyawan tidak bisa memaksimalkan sumber daya karena pandemic

dan tingkat kesadaran rasial yang menjadi beban tidak ditangani. Dalam survei Forum Ekonomi Dunia dan Ipsos, terdapat 13.000 karyawan di 28 negara dunia, menderita peningkatan gangguan kecemasan karena keamanan kerja dan perubahan rutinitas kerja. Masalah ini dapat merugikan kesejahteraan karyawan secara signifikan pada perusahaan. Karena itu peran public relations wajib turun dalam menangani masalah hingga covid-19 mereda. Adanya peran public relations yaitu sebagai penghubung internal maupun eksternal perusahaan dalam menyampaikan informasi, membuat ide-ide menarik, menjalin hubungan sebagai dasar untuk mendapatkan keuntungan, dan berpihak netral dalam penyelesaian masalah, serta membela perusahaannya sendiri untuk tetap menjaga reputasi perusahaan menjadi positif di hadapan publik.

Kusumastuti, 2002 menjelaskan bahwa fungsi dari public relations itu sendiri, membuat publik dan organisasi untuk saling mengenal antar internal perusahaan maupun eksternal, apa yang sedang dibutuhkan, memiliki kepentingan, maupun budaya dari masing-masing individu. Peran public relations pun dijelaskan kembali oleh Ronald D. Smith, bahwa ada aspek yang sangat penting yaitu memperhatikan kualitas kinerja pada sistem informasi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Salah satu perusahaan yang melakukan aktivitas komunikasi, terutama menjalankan fungsi Public relations yaitu Yayasan Kesehatan (Yakes) Telkom Jawa Barat. Dengan menjalankan aktivitas membina hubungan dengan para karyawan melalui program ‘SEHATI’ yang merupakan singkatan dari “Sehat di Kantor Kita” untuk memberikan proses pembinaan seputar kondisi kesehatan karyawan. Kegiatan ini sebenarnya merupakan program kegiatan Yakes (Yayasan Kesehatan) Telkom untuk menjalankan fungsi public relations dalam menyalurkan pembinaan kesehatan para karyawan yang kondisi kesehatannya menurun seperti gula darah, kolesterol, hipertensi, obesitas dan paparan virus covid-19 melalui program LTV (Leaders Talk Value) TREG 3 dalam bersosialisasi. Bertujuan untuk dapat melakukan kegiatan terintegritas serta memberikan informasi sinergi kesehatan Karyawan TREG 3, dalam menjaga kesehatan, dengan kondisi tetap aman dan para karyawan tetap produktif dalam melaksanakan pekerjaan.

Penelitian ini di fokuskan pada aktivitas komunikasi internal yang dilakukan untuk memberikan pembinaan konsultasi terpadu baik Medis, Psikologi, Gizi, hingga Spiritual dengan berbasis data profile kesehatan dari masing-masing unit. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian kesehatan dilihat dari riwayat penyakit yang tidak terkontrol dan dapat mengancam kehidupan, maka membutuhkan bantuan baik dalam pengawasan rumah sakit atau bentuk perhatian terhadap penyembuhan. Karena faktor yang dapat mempengaruhi internal perusahaan yaitu dari karakteristik pribadi yang rentan terhadap mental. Seseorang akan mengalami stress, yang diantaranya kurang berani dalam menyampaikan pendapat orang lain, lebih memilih diam dibandingkan berbicara, serta terlalu banyak pekerjaan yang

sulit untuk dicapai, dan yang terakhir terhadap kemampuan dirinya untuk mengambil keputusan dalam penyelesaian tugasnya. Berikut data status kesehatan pada Telkom Regional 3 Jawa Barat tahun 2017, 2018, dan 2019;



Gambar 2. Status Kesehatan Telkom Regional 3 Jawa Barat

Sumber: Manual Book Yakes Telkom

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesehatan pada tahun 2017, 2018, dan 2019 mengalami naik turun. Dan sejak 2019 data kesehatan sudah menurun dibandingkan tahun yang sebelumnya. Sedangkan data tahun 2020 dan 2021 tidak ada bukti fisik pemeriksaan karena penyebaran kuesioner dan General check up belum sepenuhnya ditanggapi oleh perusahaan akibat pandemic, maka kesulitan dalam pencarian data. Dengan ini, perusahaan menunggu data selanjutnya setelah pandemic benar-benar berakhir dan memulai kembali rutinitas yang harus dijalankan yaitu memberikan pembinaan kesehatan khusus kepada karyawan secara langsung melalui pemeriksaan medical check up. Program sehat menyanggupi dan dapat menampung seluruh karyawan Telkom untuk mendapatkan pembinaan yang diinginkan. Sesuai dengan fungsi public relations yaitu mampu menyampaikan informasi rencana strategis untuk memberikan pengarahan dan menetapkan kebijakan program kegiatan informasi dan proses pembinaan karyawan.

Peneliti beranggapan bahwa public relations Telkom Regional 3 dan Yakes Telkom memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan program Sehat bagi karyawan atau keluarga yang terpapar covid-19 maupun masalah kesehatan terkait gizi dan spiritual. Program ini berharap bahwasanya dapat lebih membantu secara langsung dan ikut turun kelapangan untuk memberikan semangat agar tertangani dan produktif dalam kinerja. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana aktivitas komunikasi *public relations* pada program “Sehati” yang dilakukan oleh Yayasan Kesehatan Telkom Jawa Barat dalam memberikan proses pembinaan kesehatan karyawan?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pengolahan data informasi karyawan Telkom Regional 3 terkait kondisi kesehatan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media pembinaan kesehatan Yakes Telkom Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan pesan pembinaan kesehatan pada program “Sehati”.

4. Untuk mengetahui pentingnya dalam menjalankan aktivitas komunikasi public relations pada program “Sehati” kepada karyawan oleh Yakes Telkom Jawa Barat.

II. LANDASAN TEORI

A. Aktivitas *Public Relations*

Menurut Ralph Tench dan Liz Yeomans, terdapat 13 jenis aktivitas *public relations* yaitu;

1. Komunikasi internal, komunikasi yang dilakukan oleh atasan, bawahan, atau antar karyawan.
2. *Public relations corporate*, komunikasi atas nama organisasi secara keseluruhan.
3. *Media relations*, berhubungan dengan media dan pers yang merupakan sebagai alat pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi dengan publik.
4. Bisnis ke bisnis, berkomunikasi dengan organisasi lainnya
5. *Public affairs*, berkomunikasi dengan pembentuk opini.
6. *Corporate Social Responsibility*, berhubungan dengan pihak internal perusahaan sebagai tanggung jawab sosial atau dengan pihak eksternal.
7. Hubungan investor, berhubungan dengan organisasi atau *financial*.
8. Komunikasi strategis, identifikasi dan analisis masalah serta memberikan solusi yang bertujuan dengan organisasi yang akan mendatang.
9. Manajemen isu, mengawasi lingkungan politik, sosial ekonomi, dan teknologi.
10. Manajemen krisis, mengkomunikasikan pesan dalam situasi darurat.
11. *Copywriting*, menulis untuk khalayak yang berbeda-beda.
12. Manajemen publikasi, untuk mengawasi proses media.
13. Manajemen *event*, mengorganisasikan suatu acara yang kompleks.

Aktivitas *public relations* dikemukakan benar-benar dalam rangka memberikan kepentingan publik baik internal maupun eksternal, karena beranggapan bahwasanya *public relations* merupakan pemilik jiwa kepemimpinan, kemampuan memperluas hubungan serta integritas personal. Aktivitas *public relations* terjadi di Yakes Telkom melalui program ‘Sehati’. Hal tersebut dilaksanakan secara benar-benar untuk memberikan materi edukasi mengenai kesehatan karyawan, melalui media digital (LTV, *whatsapp blast*, Yakes *Mobilie*, dan *website*). Komunikasi yang terjalin pun komunikasi internal yang strategis dan memfokuskan kepada karyawan Telkom Regional 3 untuk investasi berkelanjutan atau jangka panjang.

B. Definisi *public Relations*

Public Relations atau biasa disebut dengan Hubungan Masyarakat, adalah suatu bagian yang sangat berpengaruh disuatu perusahaan. *Public relations* bertujuan untuk menjalin hubungan dengan pihak internal dan eksternal agar organisasi dapat menikmati keuntungan yang diperoleh publik, serta untuk melihat apakah sesuai dalam keberlangsungan usaha. Menurut W. Emerson Reck (dalam Ardianto, E. 2018: 9), arti dari *public relations* merupakan suatu proses keunggulan, pelayanan, sikap baik antar individu atau kelompok untuk memperoleh segala kepentingan dan kepercayaan serta *goodwill* dari khalayak. Sedangkan menurut Cutlip, Center & Broom, *public relations* merupakan fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menciptakan, dan menjaga hubungan untuk memperoleh keuntungan satu sama lain atau antar perusahaan untuk menciptakan representasi baik, *Public Relations* seringkali disebut sebagai suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh kedua pihak yaitu internal dan eksternal. Bertujuan untuk membuat suatu pemahaman, kepercayaan, dan kerja sama, serta menghasilkan keuntungan. Pemberlakuan *public relations* tersebut dilakukan oleh Yakes Telkom karena menjalankan fungsi *public relations*, walaupun bukan dilakukan oleh praktisi *public relations* sungguhan tetapi mereka menjalankan peran *public relations*. Hal ini didasari oleh pelayanan pembinaan melalui kegiatan Sehati yang disalurkan kepada pihak karyawan PT. Telkom khususnya Telkom Regional 3.

C. Strategi *Public Relations*

Strategi *public relations* digunakan sebagai cara untuk mengoptimalkan pencapaian tujuan. Artinya, dengan strategi ini akan mudah untuk dikenal dan meningkatkan reputasi perusahaan. Strategi *public relations* menurut Philip Kotler sebagai berikut (Ruslan 2012:13):

1. *Publications* (publikasi), Publikasi diperlukan dalam rangka untuk menyebarluaskan informasi melalui berbagai media untuk dapat dilihat oleh khalayak.
2. *Event*, Rancangan acara yang bertujuan untuk mempromosikan atau memperkenalkan sebuah produk atau layanan, yang dapat dirasakan oleh sebagian besar orang serta dapat mempengaruhi opini publik.
3. *News* (menciptakan berita), Menciptakan *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain sebagainya. Bertujuan untuk mempermudah publik dalam mengenal perusahaan. Artinya seorang *public relations* diharuskan untuk memiliki kemampuan menulis.
4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas), Diadakannya kontak sosial dengan berbagai kelompok guna menjaga hubungan yang baik dan menghasilkan relasi yang lebih luas.
5. *Inform or Image* (memberitahukan atau meraih citra),

Memberikan dan menarik perhatian publik berupa tanggapan atau citra. Artinya, setiap perusahaan akan terus menampilkan kegiatan positif agar muncul suatu pengetahuan mengenai *company profile* dari yang tidak tahu menjadi tahu.

6. *Lobbying and Negotiation*,
Dilakukan untuk memperoleh kesepakatan antar perusahaan dan guna memperlancar keberlangsungan kerja sama jangka pendek maupun panjang.
7. *Social Responsibility*,
Strategi dalam melakukan tanggung jawab sosial yang dilakukan ketika melakukan aktivitas *public relations*. Artinya, perusahaan akan memperdulikan masyarakat sesuai dengan situasi dan kondisi apa yang sedang dibutuhkan.

Strategi *public relations* pada program sehati yang dilakukan oleh Yakes Telkom menggunakan publikasi melalui media digital (LTV, *whatsapp blast*, *Yakes Mobilie*, dan *website*). Media tersebut bertujuan dalam menyebarkan informasi pembinaan kesehatan terhadap karyawan yang memiliki keluhan ataupun hanya memberikan edukasi seputar kesehatan saja agar karyawan tersadarkan atas kebiasaan hidup sehat menghindari penyakit yang dirasa mengganggu kehidupan terutama kinerja yang dilakukan.

D. *Employee Relations (Hubungan Dengan Karyawan)*

Salah satu kegiatan internal *public relations* yaitu untuk membina hubungan dengan karyawan. Kegiatan hubungan ini pun dilihat dari budaya perusahaan untuk mempertahankan citra yang sebelumnya sudah dibentuk. Artinya, adanya budaya perusahaan akan membentuk pula *senses of belonging* (rasa memiliki) dan *sense of responsibility* (rasa tanggung jawab) kepada pihak internal perusahaan, terutama pada *employee relations*. Pengertian *employee relations* pun dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1992), hubungan internal ini sangat penting sama halnya dengan hubungan eksternal karena kegunaan keduanya memiliki arti yang sama dan terkait satu sama lain.

Hubungan dengan karyawan ini lah dilakukan oleh Yakes Telkom yang bertujuan untuk keamanan dan optimalisasi karyawan terhadap kinerja dan citra perusahaan yang menjadi meningkat. Hal tersebut disebabkan oleh perusahaan PT. Telkom yang meresmikan Yakes Telkom untuk pelayanan pembinaan kepada karyawan Telkom khususnya Telkom Regional 3, karena secara tidak langsung karyawan menjadi diberdayakan oleh perusahaan karena diberikan tunjangan oleh perusahaan, yang bukan diberikan kepada karyawan aktif saja tetapi kepada keluarga serta karyawan pensiunan. Sehingga hubungan karyawan ini lah akan menjadi berkepanjangan.

E. *Komunikasi Organisasi*

Komunikasi adalah suatu proses percakapan yang melibatkan dua orang bahkan lebih, bertujuan untuk mendapatkan sumber informasi dan pengirim pesan

dilakukan secara verbal dan nonverbal dalam penyampaiannya, serta untuk memperoleh suatu makna yang akan dicapai. Selanjutnya Goldhaber (1993) menjelaskan bahwa terdapat 7 konsep penting yang terkandung didalamnya yaitu;

1. Proses (*process*), termasuk sistem terbuka yang bertujuan untuk saling tukar-menukar pesan di antara anggota organisasi agar terus berjalan.
2. Pesan (*message*), bertujuan untuk berkomunikasi dan membuat penyusunan suatu gambaran mengenai objek dan kejadian.
3. Jaringan (*network*), dengan menggunakan jaringan komunikasi, diharapkan pesan akan tersampaikan secara luas.
4. Keadaan saling tergantung (*interdependence*), memiliki ketergantungan dengan pihak internal maupun eksternal untuk mendapatkan keuntungan.
5. Hubungan (*relationship*), berfungsi sebagai hubungan individu dengan pihak lainnya dan menjadi penting.
6. Lingkungan (*environment*), lingkungan yang menentukan berjalannya keberhasilan suatu perusahaan. dilakukan secara totalitas.
7. Ketidakpastian (*Uncertainly*), terdapat perbedaan informasi yang sudah di saji dengan informasi yang diharapkan.

Komunikasi organisasi ini digunakan oleh Yakes Telkom dalam memperoleh pencarian data karyawan melalui *profile* kesehatan unit yaitu Telkom Regional 3. Artinya komunikasi organisasi tersebut dilakukan secara sistematis melalui temuan penelitian yaitu terdapat sembilan tahapan dengan 17 tim dari Yakes Telkom. bertujuan untuk memperoleh data karyawan sesuai dengan tugasnya sehingga waktu pencarian pun mengurangi beban pekerjaan di masing-masing individu.

F. *Komunikasi Kesehatan*

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas sosial dalam pertukaran suatu pesan yang akan disampaikan. Komunikasi tersebut dilakukan secara verbal dan non verbal, artinya bahwa komunikasi kesehatan amat sangat dibutuhkan karena merupakan sarana efektif dalam bertukar pikiran, pendapat, serta mempengaruhi cara berpikir orang lain agar tidak menjurus ke arah pemikiran negatif. Seperti yang dikatakan oleh Beukeboom (2014), bahwa komunikasi kesehatan pada umumnya diakui sebagai elemen penting dari praktik medis yang berhasil didukung oleh keefektifan antara dokter dengan pasien. Komunikasi kesehatan didukung dengan adanya keterampilan komunikasi terapeutik. Tujuan komunikasi terapeutik ini pun dibahas oleh (Blazer dalam Zivanovic, 2017; Stuart & Sundeen, 1995; Limberg, Hunter & Kruszewski, 1983), yang mencakup:

1. Meningkatkan kemandirian klien melalui proses realisasi diri, penerimaan diri dan rasa hormat terhadap diri sendiri,
2. Memperjelas identitas diri dan rasa integritas yang

tinggi,

3. Meningkatkan kemampuan untuk membina hubungan *interpersonal* antara dokter dengan pasien,
4. Meningkatkan kesejahteraan pasien dengan meningkatkan kepuasan serta ,mencapai tujuan personal yang *realistic*,
5. Meringankan keadaan emosi negatif pengguna layanan kesehatan,
6. Memecahkan masalah kesehatan dan membuat suatu perencanaan kegiatan yang berkontribusi meningkatkan kondisi kesehatan pasien.

Hal tersebut dilakukan karena suatu hasil komunikasi yang efektif antara dokter dengan pasien. Teori ini beranggapan bahwa dokter yaitu tim dari Yakes Telkom dan pasien adalah karyawan guna melakukan konsultasi kesehatan untuk memecahkan masalah yang diperoleh melalui kondisi kesehatan agar mengurangi rasa keluhan yang dimiliki. Oleh sebab itu, komunikasi terapeutik ini menjadi cocok digunakan oleh Yakes Sehati dengan karyawan.

G. Definisi Pembinaan Kesehatan

Pembinaan merupakan suatu istilah dimana seseorang perlu diarahkan kepada hal yang positif yaitu dengan cara mengkonsultasikan keluhan yang dirasa akan menjadi hal negatif dalam bentuk jasmani maupun rohani. Musanef, 1991:11 bahwa pembinaan merupakan proses penggunaan SDM, peralatan, anggaran, waktu, metode dan sistem yang didasarkan pada prinsip untuk pencapaian tujuan yang telah ditentukan dengan daya dan hasil yang sebesar-besarnya. Salah satu pembinaan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu pembinaan kesehatan yang ada pada Yayasan Telkom Jawa Barat untuk seluruh unit atau witel setempat terutama pada karyawan TREG 3 Jawa Barat.

H. Profile Yayasan Kesehatan Telkom Jawa Barat

Yayasan Kesehatan (Yakes) Telkom merupakan salah satu yayasan yang berada di bawah naungan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Yakes Telkom merupakan suatu yayasan yang terkemuka pada bidang pengelolaan kesehatan BUMN khususnya Telkom Group dengan peserta mencapai tidak kurang dari 25.000 orang. Yakes Telkom menjadi institusi kesehatan terbaik di Indonesia dalam mengelola layanan kesehatan berbasis *managed care* dengan memanfaatkan teknologi digital.

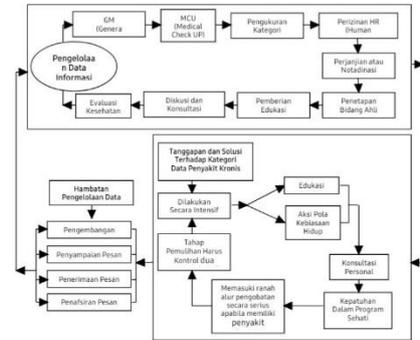
I. Program Sehati

Sehati merupakan salah satu program Yayasan Kesehatan Telkom berupa singkatan dari Sehat di Kantor Kita, secara lebih jelasnya memberikan pekayanan konsultasi terpadu Medis, Psikologis, Gizi, Spiritual dengan berbasis data *profile* dengan melakukan pembinaan kesehatan di masing-masing unit atau witel setempat. Kegiatan ini bertujuan untuk kesehatan karyawan agar tetap aman, dan produktif dalam pekerjaan. Program Sehati pada Yakes Telkom sangat mengharapkan untuk kedepannya

yaitu dapat memberikan pembinaan kesehatan yang komprehensif bagi karyawan. Dengan cara memaparkan *profile* kesehatan berdasarkan data penyebaran anket, *General check up* dan informasi perkembangan *covid-19* pada lingkungan Telkom Regional 3 Jawa Barat yang dibantu oleh tenaga medis dari Yakes Telkom.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Proses Pengelolaan Data Informasi Karyawan

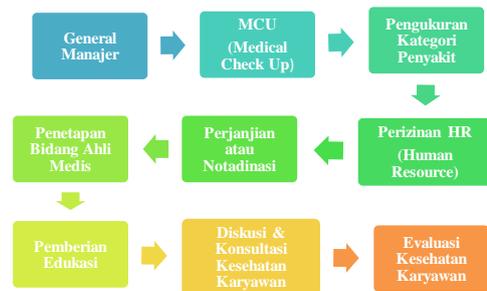


Gambar 3. Bagan Proses Pengelolaan Data Informasi Karyawan

Sumber: **Olahan Data Peneliti**

Peneliti membuat bagan pengelolaan data informasi karyawan yang bertujuan sebagai alur pembahasan. Dimulai dari komunikasi melalui sembilan tahapan untuk memperoleh data kesehatan karyawan yang akan dikategorikan. Selanjutnya hasil kategori penyakit tentu akan berbeda-beda dilihat dari rendah, sedang, dan tinggi. Oleh sebab itu peneliti melihat bahwa ada tanggapan dan solusi terhadap kategori data penyakit kronis karyawan melalui lima tahapan. Dibalik tahapan-tahapan tersebut tentu terdapat hambatan dalam komunikasi mengenai pengelolaan data yaitu ditemukan empat hambatan.

B. Tahapan Pengelolaan Data Informasi Karyawan



Gambar 4. Alur Komunikasi Yakes Telkom

Sumber: *manualbook Yakes Telkom*

Dari ke sembilan proses pengolahan data karyawan cukup memakan waktu yang banyak agar terealisasikan. Proses inilah yang disebut dengan komunikasi organisasi karena proses dilakukan dengan cara sistematis. Komunikasi organisasi juga merupakan proses tukar-menukar pesan informasi untuk melakukan tujuan yang sudah dirancang sesuai dengan visi-misi perusahaan. Hal ini sejalan dengan Goldharber bahwa proses saling menciptakan dan menukar

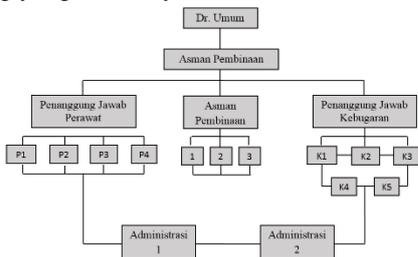
pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau berubah-ubah. Oleh karena itu, Rosady Roslan mengutarakan komunikasi organisasi dapat berjalan efektif apabila:

1. Terdapat keterbukaan manajemen organisasi terhadap para pengurus
2. Saling menghargai antara pimpinan dan anggota demi tercapai tujuan utama organisasi
3. Adanya pemahaman perusahaan akan arti pentingnya suatu feedback dengan pengurusnya yaitu Yakes Telkom
4. Adanya media komunikasi yang baik dalam organisasi

Berdasarkan Sembilan proses komunikasi organisasi bahwa akan terlihat efektif harus melakukan secara sistematis, karena seseorang dilihat dari kemampuan berkomunikasi. Komunikasi akan sesuai dengan pencapaian tujuan apabila tersampaikan dengan baik. Maka, kemampuan berkomunikasi biasanya terlebih dahulu dilakukan kepada orang yang memiliki jabatan di perusahaannya untuk dapat membina hubungan secara lebih mudah.

C. Tanggapan Dan Solusi Terhadap Kategori Data Penyakit Kronis Karyawan

Berdasarkan pelaksanaan program Sehati maka perlu didukung oleh banyak pihak yang berperan sesuai dengan yang dibutuhkan pada kegiatan Sehati. Dibalik keseluruhan acara agar terselenggara berikut struktur organisasi atau orang-orang yang terlibat yaitu:



Gambar 5. Bagan Struktur Organisasi Pembinaan

Sumber: **Manualbook Yakes Telkom**

Terdapat 17 orang yang terlibat dalam program Sehati, dan akan dipilih satu untuk mewakili masing-masing bidang ahli medis yang sudah di tentukan oleh Sehati. Banyaknya penanggung jawab program Sehati memudahkan dan meringankan pelaksanaan kegiatan karena sistematis organisasi kelompok kecil yang masing-masingnya sudah ditugaskan dengan tugas yang berbeda. Seperti yang dikatakan oleh Mulyadi, 2007 bahwa organisasi merupakan sekelompok orang yang saling bergantung untuk memfokuskan usaha secara bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan. Dengan itu diperlukan tim dalam melaksanakan kegiatan program serius. Berdasarkan pemikiran tim penyelenggara sesuai dengan data karyawan tentu akan mengkategorikan penyakit karyawan dari yang ringan, sedang, hingga tinggi yaitu kronis. Maka, pada

tahapan pemilik riwayat penyakit kronis akan lebih di perhatikan secara khusus berupa;

1. Program Sehati akan dilakukan secara intensif agar karyawan terkontrol dari segi optimalisasi kesehatan, melalui sesi edukasi dan aksi dalam melakukan pola kebiasaan hidup sehat.
2. Melakukan konsultasi secara personal agar karyawan tetap nyaman dan terbuka tentang apa yang sedang dirasakan.
3. Kepatuhan dalam program sehati, merupakan diri seseorang yang patuh menjalani dan menerapkan apa yang sudah dibahas melalui program Sehati.
4. Jika terdapat karyawan yang sudah parah secara kondisi, Yakes Telkom akan memasuki ranah alur pengobatan secara serius agar tertangani.
5. Setelah tahap pemulihan dan sedang menjalani pengobatan maka Yakes Sehati akan menekankan kepada karyawan untuk di kontrol setiap dua minggu sekali.

Lima tahapan tersebut menjadi patok pengukuran terhadap penanganan kategori penyakit kronis, untuk dapat memasuki data pengelolaan kesehatan karyawan sebagai tema kegiatan Sehati yang akan dibahas. Kleinman,dkk.1978, menjelaskan bahwa penyakit sebagai “malfungsi” organik dan proses patologis melalui tanda gejala yang dapat diukur secara kuantitatif. Artinya gejala penyakit dapat dilihat dari angka hasil pemeriksaan MCU (*medical check up*) yang diolah secara sesuai kategori data penyakit. Oleh sebab itu, para professional medis Sehati harus dapat menyadari dengan teliti, paham, dan peka terhadap karyawan yang memiliki penyakit kronis. Seperti yang dikatakan oleh Babrow & Mattson,2003: Cara pasien mengkomunikasikan rasa sakit dapat terjadi dalam berbagai bentuk: dari menangis, menggerutu, mengeluh, dan informasi lisan serta dari diagnosis ke kebutuhan memperoleh dukungan. Pada gilirannya, bentuk-bentuk komunikasi, tindakan, dan proses ini semua mempengaruhi kondisi tubuh. Dapat dikatakan bahwa diagnosa penyakit kronis bisa dilihat dari kinerja karyawan yang tidak fokus sehingga harus dikonsultasikan kepada pihak medis. Dengan sehati ini lah karyawan dapat melakukan pembinaan yang dirasa cukup dalam memecahkan suatu masalah kesehatan.

D. Hambatan Pencarian Data Karyawan

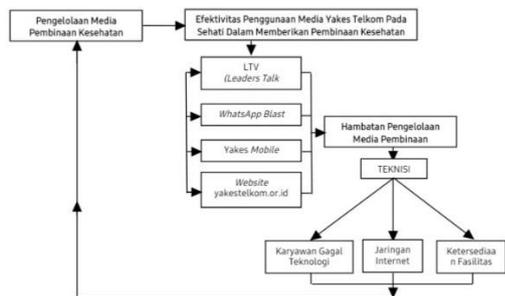
Adakalanya pencapaian hasil tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan menjadi tidak efektif. Sehingga komunikasi dalam pencarian data pun dapat terhambat oleh beberapa faktor, seperti kepadatan dan kesibukan karyawan sehingga menghambat pelaksanaan kegiatan Sehati, mengatur standarisasi kesehatan dalam artian seseorang yang sudah mengkonsumsi obat dari dokter atau rumah sakit berbeda sehingga harus menyesuaikan dengan obat yang sedang dikonsumsi saat itu, terdapat jadwal pengkategorian penyakit karena tidak semua dokter *standby* di hari yang sama sehingga menjadi sulit menentukan waktunya, dan waktu menunggu hasil MCU dari Yakes pusat Telkom

karena seluruh data hasil MCU terlebih dahulu diserahkan kepada Yakes pusat Telkom setelah itu baru diserahkan kepada Yakes daerah.

Hambatan yang dikemukakan oleh *informan* penelitian tersebut setara dengan apa yang diungkapkan oleh Djoko Purwanto, bahwa faktor penghambat terjadinya komunikasi yaitu terdapat masalah dalam mengembangkan pelaksanaan program sehati, menyampaikan hasil MCU yang akan diolah, menerima hasil pengkategorian penyakit, dan menafsirkan obat yang sedang dikonsumsi melalui komunikasi karyawan dengan pihak sehati. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam pencarian data harus direncanakan terlebih dahulu untuk meminimalisir hambatan yang akan terjadi. Seluruh perancangan kegiatan pun diolah semaksimal mungkin agar dapat terselenggara, dan mengetahui waktu kosong untuk dapat terselenggara.

Hambatan pada pengelolaan data tersebut termasuk ke dalam komunikasi organisasi yang disebut sesuai dengan gangguan komunikasi organisasi menurut Warren R.P. & Raymond F.A. (dlm Ruliana,2014) yaitu gangguan komunikasi tingkatan manajemen organisasi dalam penyampaian pesan atau informasi yang tidak sepenuhnya berjalan lancar, baik dari aliran informasi berupa perbedaan waktu dan mengatur standarisasi seseorang. Perbedaan waktu karyawan dan standarisasi konsumsi obat tersebut yang menjadi menghambat pengolahan data pencarian kesehatan karyawan

E. Pengelolaan Media Pembinaan Kesehatan



Gambar 6. Bagan Pengelolaan Media Pembinaan Kesehatan

Sumber: **Olahan Data Peneliti**

F. Efektivitas Penggunaan Media Yakes Telkom Pada Sehati Dalam Memberikan Pembinaan Kesehatan

Dalam peran aktivitas komunikasi *public relations* tentu membutuhkan media untuk dijadikan sebagai teknisi komunikasi dalam penyampaian pesan kegiatan. Hal ini dilakukan agar memudahkan para karyawan untuk mengakses informasi dari segi situasi dan kondisi saat ini yaitu *pandemic covid-19*. Komunikasi *public relations* saat ini sudah 100% menggunakan dan memanfaatkan media digital. Artinya komunikasi *public relations* tidak pernah bisa terpisahkan dengan media digital. Yakes Telkom menggunakan media digital sebagai wadah untuk melakukan proses pembinaan Sehati secara *online*. Berikut media yang digunakan sebagai akses penyelenggaraan program Sehati yaitu:

1. LTV (Leaders Talk Value)



Gambar 7. Pelaksanaan Program Sehati Melalui Kegiatan LTV (Leaders Talk Value)

Sumber: **Publikasi Yakes Telkom**

Program kegiatan bulanan yang diselenggarakan di setiap unit secara bergantian dilakukan secara *semi offline* melalui aplikasi zoom, bertujuan untuk memutus rantai penyebaran *covid -19*. Pada program LTV inilah kegiatan Sehati menjadi menyatu bersama kegiatan bulanan, karena menyesuaikan dengan waktu dan kondisi karyawan.

2. WhatsApp Blast (WA)

WhatsApp Blast merupakan aplikasi penyampaian pesan secara instan untuk mengirim fasilitas berupa pesan, gambar, video, dan *video call*, *WhatsApp Blast* ini pun dapat digunakan untuk mengirim pesan secara langsung yaitu membuat satu pesan dan dapat dikirim secara bersamaan. Yakes menggunakan aplikasi *WhatsApp Blast* sebagai media yang bertujuan untuk *me-riminder* karyawan mengenai akan diselenggarakan kegiatan Sehati di Telkom Regional 3, dan *share education* mengenai kesehatan.

3. Yakes Mobile



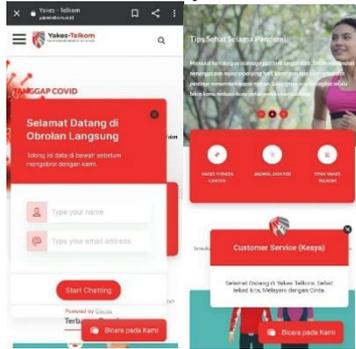
Gambar 8. Yakes Mobile

Sumber: *Google Play diakses pada 18 Juni 2021 pk 09.15 WIB*

Yakes Mobile merupakan aplikasi konsultasi dan edukasi yang dapat diakses oleh karyawan internal maupun eksternal. Aplikasi ini langsung dipe gang oleh dokter sesuai bidang ahli masing-masing. *Yakes Mobile* berfungsi sebagai aplikasi kesehatan yang dapat memberikan pelayanan, pembinaan kesehatan, dan monitoring status serta tingkat kesehatan karyawan atau peserta tetapi tidak bisa untuk meminta resep obat, hanya sebatas diskusi

dan konsultasi mengenai kesehatan saja. Aplikasi tersebut dapat diunggah oleh seluruh orang melalui *Google Play* dengan mudah.

4. *Website Yakes Telkom*: yakestelkom.or.id



Gambar 9. Website Yakes Telkom

Sumber: yakestelkom.or.id

Website ini pun serupa dengan aplikasi *Yakes Mobile*, dapat digunakan sebagai pencarian sumber informasi mengenai kesehatan. Web tersebut tidak perlu melakukan unggahan seperti aplikasi, seseorang akan lebih mudah mengakses dibanding aplikasi karena sebagian orang masih banyak yang gagal teknologi sehingga tingkat pemahamannya pun masih kurang. Menurut Watson Wyatt, bahwa organisasi dinilai tinggi dari segi efektivitas dalam berkomunikasi, berkolaborasi, dan membagi sumber daya melalui *website* untuk menyediakan informasi dan manfaat penting yang dapat diperoleh semua orang terutama pekerja. Artinya dengan *web* berbasis internet ini pun dapat digunakan sebagai jangkauan yang lebih luas agar dapat memudahkan dalam mengirim dan menerima pesan.

Platform komunikasi yang digunakan *Yakes Telkom* melalui media *LTV (Leader Talk Value)*, *WhatsApp Blast*, *Yakes Mobile*, *website Yakes Telkom*. Bertujuan untuk melakukan motivasi karyawan dalam mengatur kebiasaan pola hidup sehat, melakukan pemahaman yang lebih dalam mengenai penyampaian pesan komunikasi kesehatan terkait *sharing education* yang diberikan oleh berbagai bidang ahli, untuk mengontrol para karyawan yang memiliki penyakit bawaan agar tidak semakin memperparah, dan melakukan aksi langsung dalam penanganan yang dirasa mengganggu dalam diri maupun kinerja yang dilakukan tidak optimal.

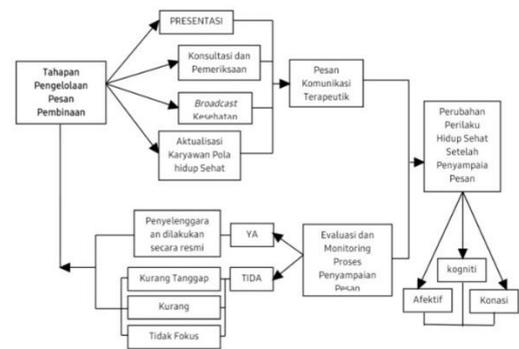
Menurut Effendy,2000., komunikasi bermedia merupakan komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan satu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan berjumlah banyak. Dengan menggunakan media dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pembinaan sehati akan mempermudah penyebaran informasi secara luas. Adapun evaluasi dalam pengelolaan media, tentu akan mengalami gangguan atau hambatan secara teknis maupun internet apabila media yang digunakan *online*. Proses evaluasi setelah penggunaan media terhadap efektivitas media komunikasi. Menurut Morris, 2014., bahwa evaluasi kehumasan terkait dengan

bagaimana menilai suatu program aktivitas komunikasi *public relations* sudah berhasil atau belum. Evaluasi tersebut terlihat pada;

1. Kurangnya pemahaman karyawan terkait teknologi yang semakin canggih
2. Jaringan internet yang hanya dapat diakses terhadap *sim card* yang tidak meluas atau tidak semua karyawan menggunakan *sim card*.
3. Ketersediaan fasilitas seperti *wifi* yang hanya dibatasi walaupun di setiap unit ada terutapa di Telkom Regional 3, tetapi jika digunakan oleh banyak karyawan akan menjadi *loading* atau melambat penggunaannya.

Komunikasi dua arah melalui basis internet akan terus melibatkan interaksi. Komunikasi akan mengalami ketidaksinkronan terhadap evaluasi diatas yaitu penundaan waktu dalam penyampaian informasi karena ke tiga evaluasi tersebut. Menurut Dariusz,T.,2013., bahwa komunikasi sinkron terjadi secara *real time*, misalnya melalui obrolan atau komunikator internet.

G. *Pengelolaan Pesan Pembinaan Kesehatan*



Gambar 10. Bagan Pengelolaan Media Pembinaan Kesehatan

Sumber: **Olahan Data Peneliti**

Tahapan dalam mengelola penyampaian pesan yang dilakukan melalui presentasi *profile* kesehatan unit dan penyampaian edukasi kesehatan, konsultasi dan pemeriksaan karyawan, *broadcast* pesan yang dilakukan dengan media digital, dan aktualisasi karyawan mengenai pola hidup sehat. Penyampaian pesan tersebut menggunakan komunikasi terapeutik karena beranggapan bahwa komunikasi kesehatan dilakukan antara dokter dengan pasien dan sebaliknya. Selanjutnya, setelah penyampaian pesan tersebut peneliti melihat perubahan perilaku hidup sehat yang dilakukan oleh karyawan berupa afektif, kognatif, dan konasi. Dari perubahan perilaku karyawan, peneliti menyimpulkan bahwa akan terjadi evaluasi dan monitoring pesan yang mendapatkan dua jawaban karena terlihat dari *Yakes Sehati* dengan Karyawan.

H. *Tahapan Pengelolaan Pesan Pembinaan Kesehatan*

Terkait penyelenggara kegiatan tentu akan menyita waktu yang cukup banyak untuk merancang sedemikian rupa agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan

diterima oleh karyawan atau *audience*. Komunikasi akan lebih rinci apabila komunikasi dapat mengamati atau peka terhadap perilaku seseorang dan akan memberikan makna yang jelas, maka akan dapat tersampaikan, hal tersebut diutarakan oleh Porter dan Samovar, dlm Mulyana & Rahmat, 2000:14. Artinya penyampaian pesan terkait tema kegiatan Sehati dilakukan karena melihat indikator yang sesuai dengan kondisi dan juga kepekaan terhadap karyawan terkait pola hidup sehat dimasa pandemic.

Komunikasi yang digunakan oleh Yakes Telkom yaitu komunikasi terapeutik yang dilakukan antara dokter dengan karyawan. Pada dasarnya komunikasi dilakukan secara verbal dan nonverbal agar tersampaikan dengan sempurna baik dari segi dokter Yakes Telkom maupun pasien karyawan. Kesempurnaan tersebut sejalan dengan ungkapan P, Vermeir. 2015., bahwa komunikasi yang efektif dan efisien sangat krusial dalam pelayanan kesehatan. Pesan akan lebih ideal secara menyeluruh apabila terjadi proses pertukaran pesan dari dokter yang disediakan oleh Yakes Sehati dengan *general manager* unit Telkom Regional 3 kepada karyawan yang harus mendapatkan perhatian khusus terkait layanan binaan kesehatan.

Salah satu komunikasi yang digunakan oleh Yakes Telkom yaitu komunikasi terapeutik yang dilakukan antara dokter dengan karyawan. Berikut tahapan komunikasi terapeutik yang ada pada Yakes Telkom mencakup:

1. Presentasi mengenai *profile* kesehatan unit Telkom Regional 3

Presentasi ini pun bertujuan untuk memperingati karyawan agar tetap *aware* kepada diri sendiri terkait kesehatan.



Gambar 11. Presentasi Kesehatan Kegiatan Sehati 2020
 Sumber: Publikasi Fricellia Fadia R, diambil pada 16 Oktober 2020

2. Konsultasi dan Pemeriksaan

Pada tahun 2019 karyawan terakhir melakukan MCU, karena terhambat pandemic maka sementara berhenti dan pemeriksaan personal pada program Sehati ditiadakan. Sebelum pandemic, program Sehati mengadakan tiga post untuk pemeriksaan pribadi dengan menyesuaikan hasil MCU secara langsung yaitu ahli gizi, kebugaran, dan psikologi. Sedangkan pada tahun 2020 hingga 2021 saat ini, proses pembinaan hanya dilakukan sesi edukasi dan konsultasi secara semi *offline* saja yaitu di Telkom Regional 3.

3. *Broadcast* Kesehatan

SDM Yakes Telkom membuat pesan laporan yang akan disebarluaskan untuk mengingatkan kembali karyawan bahwa akan ada program Sehati yang dilakukan setiap bulannya mengenai *sharing* edukasi

kesehatan yang diselenggarakan dengan unit yang berbeda karena setiap bulan Yakes Telkom tidak hanya di Telkom Regional 3 saja, tetapi tetap diikuti kembali oleh seluruh karyawan unit berbeda dengan semi *offline*. Jika dilihat dari segi penyampaian untuk sekedar mengingatkan, kegiatan ini juga dapat dilakukan untuk melaksanakan sesi konsultasi atas keluhan yang dirasa secara pribadi.

4. Aktualisasi Karyawan Terhadap Pola Hidup Sehat

Ketika kegiatan Sehati sudah terselenggara terlihat bahwa pesan tersebut sampai dan berhasil kepada karyawan atau *audience* karena presentase karyawan akan langsung diolah oleh Yakes Telkom untuk memastikan dan mengontrol kembali kesehatan karyawan. Berikut presentase pola kebiasaan karyawan menuju sehat:



Gambar 12. Presentase Pola Hidup Sehat Karyawan
 Sumber: Manualbook Yakes Telkom

Terlihat bahwa masih saja ada yang tidak menjalankan pola kebiasaan menuju hidup sehat, tetapi sebanyak 100% bersih dari mengkonsumsi alkohol dengan alasan tidak ada ketertarikan. Sedangkan presentase yang lain belum mencapai 100% karena pola kebiasaan tersebut belum dipatuhi, sehingga belum bisa menjamin akan tingkat kesadaran karyawan.

- I. *Perubahan Perilaku Hidup Sehat Setelah Penyampaian Pesan Pembinaan Kesehatan*

Pesan komunikasi yang dilakukan oleh Yakes Telkom tentu bertujuan untuk memotivasi dan mengajak karyawan agar terjaga dari segi kesehatan dengan cara memperoleh kesadaran pribadi. Hovland & Janis (dlm Effendy, 2006;80) menyatakan bahwa akan terjadi dampak yang terlihat pada dirinya berupa perubahan sikap, opini, persepsi, perasaan, dan tindakan. Kegiatan Sehati dirasa sangat efektif tetapi belum tentu penyampaian pesan yang diolah sedemikian rupa dapat tersampaikan dengan baik. Apabila dampak perubahan tersebut mendapatkan perubahan hingga 100%, pada kenyataannya kita tidak bisa mengubah perilaku seseorang sebanyak 100% bisa jadi setengah, sampai dengan kurang setengah persen mengalami perubahan. Berikut perubahan perilaku karyawan setelah penyampaian pesan pembinaan yaitu:

1. Kognitif: Karyawan menjadi lebih tahu mengenai pola hidup sehat dari kegiatan Sehati melalui proses penyampaian pesan komunikasi terapeutik.
2. Afektif: Karyawan menjadi sadar akan riwayat penyakit dirinya sendiri.
3. Konasi: Karyawan melakukan tindakan berupa mengubah pola kebiasaan sehat walaupun belum

100% dilakukan.

Berdasarkan sikap ini lah akan terlihat bahwa penyampaian komunikasi berhasil tersampaikan kepada karyawan atau tidak. Dan terperoleh bahwa penyampaian pesan masih kurang efektif. Menurut Bloom, dlm Notoadmojo.2007., bahwa perilaku merupakan faktor kedua setelah faktor lingkungan yang mempengaruhi kesehatan individu, kelompok atau masyarakat. Perilaku karyawan terhadap kesehatan akan mendapat perubahan jika edukasi mengenai kesehatan terus dilaksanakan sebagai *reminder* atau kewaspadaan terhadap kesehatan.

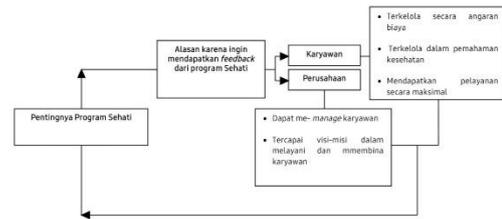
J. Monitoring Dan Evaluasi Proses Penyampaian Pesan Pembinaan Kesehatan

Efektivitas komunikasi sangatlah penting dalam menyampaikan pesan. Komunikasi efektif pada penelitian ini dilakukan oleh karyawan dan tim bidang ahli medis yaitu antara dokter dengan pasien di program Sehati. Apabila ingin meningkatkan tingkat pemahaman dan perubahan pola kebiasaan hidup sehat maka penyampaian pesan harus dilakukan serius. Pemulihan pasien dapat terlihat lebih cepat atau lebih lambat, bergantung pada komunikasi yang terjadi antara pemberi layanan dan pasien (Geist,2000). Artinya pasien dapat sembuh atas penekanan komunikasi yang dilakukan oleh tim bidang ahli medis secara efektif sehingga akan sadar apa yang harus diperbaiki.

Efektivitas komunikasi program sehati terdapat dua pembahasan berdasarkan dengan tiga *informan* yaitu pertama, terbilang efektif karena program Sehati diselenggarakan secara resmi oleh Yakes Telkom pusat dan diterapkan kepada Yakes Telkom unit. Kedua, dikatakan tidak efektif karena terdapat karyawan yang kurang tanggap dengan program Sehati, kurang paham dengan pembahasan yang dimaksud atau tema bawaan dari program Sehati karena bahasan penyampaiannya terlalu berat, karyawan dirasa kurang fokus terhadap penyampaian pesan karena terdapat gangguan teknis sehingga kefokusannya terganggu.

Dengan usaha yang dilakukan oleh Yakes terhadap penyelenggaraan kegiatan sehati berhasil tetapi tidak berhasil terhadap karyawan dalam menerapkannya karena proses perubahan perilaku hidup sehat yang belum sepenuhnya dilakukan. Pada dasarnya dokter akan mengontrol pesan dokter dan pasien setelah itu memutuskan untuk melakukan pengobatan (Charles dkk,2004). Artinya pengontrolan pesan tersebut akan dikelola oleh tim sehati terhadap hasil *medical check up* dan keluhan diagnosa karyawan yang dikatakan sedang hingga ke tinggi untuk memasuki ke ranah pengobatan.

K. Pentingnya Yakes Telkom Menjalankan Aktivitas Komunikasi Public Relations Pada Program “Sehati” Kepada Karyawan



Gambar 13. Bagan Pentingnya Program Sehati

Sumber: **Olahan Data Peneliti**

Peneliti memperoleh alasan utama dari pentingnya menyelenggarakan program sehati dengan melakukan fungsi public relations. Alasan tersebut terdapat dari keuntungan berupa feedback antara kedua belah pihak, yaitu karyawan dan perusahaan. Feedback tersebut bukan mengambil untung secara keuangan tetapi dalam mengelola kesehatan dan pencapaian visi, misi. Masih banyak karyawan yang kurang akan kesadaran diri terhadap kondisi kesehatannya. Dari program ini berupaya memotivasi dan membantu karyawan dalam membuat rasa ingin sembuh atau mengurangi penyakit yang ada dalam tubuh terus berkembang. Hal tersebut sesuai dengan Pradono,2013., akan ada pengaruh untuk membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan kesehatan lingkungan masyarakat. Perusahaan PT Telkom mendukung berjalannya program Sehati, karena secara tidak langsung merupakan hak dan kewajiban untuk memperdulikan lingkungan karyawan agar merasa diperhatikan.

Kegiatan Sehati yang berjalan sebagai kegiatan public relations merupakan mediator penghubung kepentingan organisasi atau perusahaan dengan karyawan. Aktivitas tersebut bertujuan untuk menciptakan, mengawasi, dan meningkatkan citra perusahaan agar tetap stabil. Yakes Telkom membangun hubungan internal dengan karyawan melalui kegiatan sehati untuk memperoleh perubahan kesehatan karyawan. Dengan menjalankan fungsi public relations dapat membantu organisasi dalam mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan publik dan pemangku kepentingan (dlm Suwatno, Pengantar Public Relations Kontemporer.2018., hlm 133). Artinya adanya fungsi tersebut dalam kegiatan sehati akan menaikkan reputasi PT Telkom dalam hal utama menjamin kesehatan karyawan. Secara tidak langsung memberikan layanan komunikasi. Seperti yang dikatakan oleh Suranto, 2018 bahwa layanan komunikasi sebagai kegiatan, pekerjaan, tugas yang dilaksanakan secara rutin untuk membina hubungan harmonis baik di dalam maupun di luar organisasi.

Kegiatan sehati dianggap penting oleh Yakes Telkom karena sebagai bukti bahwa perusahaan akan memberikan fasilitas berupa pelayanan kesehatan, dan karyawan pun akan menjadi sadar terkait kondisi kesehatan dengan

menerapkan pola hidup sehat. Hal ini pun sejalan dengan Wilcox,dkk, (dlm Ardianto, E. *handbook of public relations*, 2018.hlm 279)., bahwa menjalankan fungsi public relations penting untuk membentuk kesadaran, menginformasikan, mendidik, meningkatkan pemahaman, membangun kepercayaan, membuka relasi, dan alasan untuk menciptakan iklim organisasi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Proses pengelolaan data informasi karyawan yang dilakukan melalui sembilan tahapan alur komunikasi agar terealisasikan kegiatan program Sehati. Dari sembilan tahapan proses pengelolaan data karyawan cukup memakan waktu yang banyak. Proses tersebut merupakan komunikasi organisasi yang disebut sebagai proses tukar-menukar pesan informasi untuk melakukan pencapaian tujuan dan mengatasi lingkungan yang sedang tidak baik-baik saja. Tahapan tersebut mendapat tanggapan dan solusi bagi karyawan yang memiliki riwayat penyakit kronis, karena hal ini diluar bahasan presentasi kegiatan sehati terkait *profile* unit yang dapat dilihat dari hasil angka pemeriksaan MCU. Dibalik penjelasan itu semua terdapat hambatan yang terjadi pada pengembangan pesan dalam mencari waktu karyawan, penyampaian pesan dari segi waktu menunggu hasil MCU, penerimaan pesan yang terkendala pada jadwal dokter pengkategorian penyakit, dan penafsiran pesan dalam mengatur standarisasi kesehatan karena harus menafsirkan kembali terkait obat yang sedang dikonsumsi berbeda penanganan dengan obat yang dikeluarkan oleh Yakes Telkom.
2. Pengelolaan media pembinaan kesehatan memerlukan prosedur khusus dalam pelaksanaan kegiatan Sehati agar terlihat efektif dalam penyampaian dokumentasi, dan publikasi melalui LTV, *whatsapp blast*, *Yakes mobile*, *website* Yakes Telkom. Media tersebut digunakan sebagai *platform* program Sehati yang tentu memiliki hambatan berupa teknis dari segi karyawan yang kurang memahami teknologi (*gaptek*), jaringan internet yang tidak stabil, dan ketersediaan fasilitas unit yang kurang memadai.
3. Pengelolaan pesan pembinaan kesehatan yang mencakup kepentingan untuk disampaikan kepada karyawan sebagai pengetahuan mendalam mengenai kesehatan. Dilakukan dengan tahapan berupa presentasi, konsultasi dan pemeriksaan, *broadcast* kesehatan, dan aktualisasi karyawan terhadap pola kebiasaan hidup sehat. Penyampaian pesan tersebut menggunakan komunikasi terapeutik untuk memotivasi penyembuhan karyawan dalam melakukan pola hidup sehat. Kemudian, terdapat hambatan dalam pesan komunikasi yaitu: pertama

pengirim pesan, kondisi lingkungan yang tidak memungkinkan untuk melakukan pertemuan *offline*. Kedua penerima pesan, kesehatan karyawan pun tidak dilakukan evaluasi kesehatan dan kurangnya kesadaran akan pola kebiasaan hidup sehat. Ketiga terdapat *Noice*, kurang tanggap dan fokus terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

4. Pentingnya menjalankan aktivitas *public relations* pada program sehati untuk mendapatkan timbal balik dari kedua belah pihak yaitu karyawan dan Yakes Telkom. Aktivitas tersebut bertujuan untuk menciptakan, mengawasi, dan meningkatkan citra perusahaan agar tetap stabil. Terutama dengan karyawan yang memiliki penyakit akan lebih baik, terdapat peningkatan hasil kesehatan, keputusan medis yang lebih baik dan meminimalisasikan malapraktik, serta berkontribusi pada pengurangan biaya.

V. SARAN

A. *Saran Teoritis*

Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan lebih lengkap terkait pelaksanaan aktivitas komunikasi public relations yang dilakukan oleh beberapa ahli bidang medis yang berbeda agar bahasannya pun lebih meluas. Dan tidak terfokus kepada pembinaan Sehati di Yakes Telkom saja tetapi bisa melalui program lainnya yang masih berkaitan dengan Sehati, ataupun diluar Yakes Telkom Jawa Barat.

B. *Saran Praktis*

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian untuk keseluruhan sudah jauh lebih dari cukup dari segi aktivitas kegiatannya, tetapi alangkah baiknya program Sehati terus memberikan penekanan edukasi kesehatan agar karyawan dapat terkontrol di setiap bulannya dan tetap dilakukan pemeriksaan rutin melalui penyebaran angket secara personal atas keluhan yang dirasa. Selanjutnya, agar karyawan pun dapat termotivasi dengan mengubah pola kebiasaan hidup sehat apabila ada yang mengingatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, E., 2018. *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Cetakan ke-5: Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- [2] Duha,T., 2018. *Perilaku Organisasi*. Ed.1, Cet.1.: Deepublish; Yogyakarta.
- [3] Mulyana,D.,Ganiem, M.L., 2021. *Komunikasi Kesehatan Pendekatan Antarbudaya*. Ed.1, Jakarta; Kencana.
- [4] Ruslan, R., 2012. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi; Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [5] Suwatno, H., 2018. *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Cetakan ke-1: PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

- [6] Tench, Ralph; Yeomans. L. 2009. *Exploring Public Relations*. Harlow: Prentice Hall.
- [7] Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung, Bandung.

Ebook:

- [8] Gora, Radita. 2019. *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: Jakad Publishing.
- [9] Sari, A. Anditha. Ed.1, Cet.1, 2017. *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish
- [10] Silviani, Irene. 2020. *Komunikasi Organisasi*. PT Scopindo Media Pustaka, Surabaya.
- [11] Rosady, R. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo, Jakarta.

Jurnal:

- [12] Harivarman,D. 2017. *Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan*. Jurnal ASPIKOM, Volume 3, Nomer 3. Hlm 508-519.
- [13] Irawan, E. P. 2015. *Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomer 3.
- [14] Konli, Steven. 2014. *Pelayanan Kesehatan Masyarakat Di Puskesmas Desa Gunawan Kecamatan Sesayap Kabupaten Tana Tidung*. eJournal Ilmu Pemerintah, Volume 2, Nomer 1.
- [15] Novitaria, R.D., dkk. 2018. *Hubungan Motivasi Hidup Sehat Dengan Pelaksanaan My Five Moment For Hand Hygiene Perawat Di Ruang Unit Stroke Dan Ruang ICU Rumah Sakit Tentara Dr. Soepraoen Malang*. Nursing News, Volume 3, Nomer 1.
- [16] Oktaviani, F., dkk. 2020. *Aktivitas Komunikasi Public Relations Dalam Menjaga Reputasi Perusahaan*. Jurnal Signal, Volume 8, Nomer 1.
- [17] Purnama, H. D., dkk. 2009. *Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Melalui Media Website untuk Materi Ajaran Fisika*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, Volume 07, Nomer 1.
- [18] Rusmeikawati, Risma; Drajat, M. S. 2016. *Hubungan Aktivitas Public Relations dengan Kinerja Financial Consultant*. Dalam jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat. Volume. 2, Nomer.1. hlm 305-310.
- [19] Teguh M, Priska A, Burhan B. 2020. *Aktivitas Public Relations Di Mall Ciputra World Surabaya*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Ciputra Surabaya. Volume 8, Nomer 1. hlm 1-7.
- [20] Loka, Purnama Febby; Yuningsih. A. 2016. *Strategi Perencanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial*. Prosiding Hubungan Masyarakat, Volume 2, Nomer 1.
- [21] Putri Mulia, Firstsishella Shabrina, Fauzi, Rizky . (2021). *Kampanye Public Relations “Ngopi tapi Go Green” di RBoJ Coffee*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 39-56

Skripsi:

- [22] Kamal, Abdillah. 2014. *Pola Komunikasi Organisasi Forum Komunikasi Pemuda Indonesia*. Universitas Islam Negeri. Jakarta
- [23] Indrawan, C.D. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan*. Universitas Diponegoro Semarang.

Artikel:

- [24] Sanusi, Ahmad. 2019. *Model Komunikasi Terapeutik Dalam Pendidikan*. hlm 418-434.
- [25] Umanailo, M.C.B. & Basrun, C. 2018. *Teknik Praktis Grounded Theory dalam Penelitian Kualitatif*. hlm 127.

Internet:

- [26] <https://covid19.go.id/berita/data-vaksinasi-covid-19-update-6-februari-2021>. (Data jumlah Indonesia terpapar covid-19). Diakses hari Selasa, 9 Febuari 2021 Pukul 17.00
- [27] <https://yakestelkom.or.id/profil> (Profile Yakes Telkom), Diakses hari Sabtu, 17 April 2021 Pukul 15.46
- [28] <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210215121049-33-223352/jangan-terkejut-banyak-karyawan-sakit-mental-karena-pandemi> (Data kesehatan karyawan saat pandemic). Diakses hari Rabu, 30 Juni 2021 Pukul 23.00