

Strategi Internal Public Relations Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Anisa Miranda, Sigit Pramono Hadi

Prodi Ilmu Komunikasi

STIKOM InterStudi

Jakarta, Indonesia

Anisa.saskia13@gmail.com, sigitvt35@gmail.com

Abstract—The Competition in the electronics industry is increasingly strict, so that the required quality of every aspect of the company, including human resources. There are a few things that must be met to achieve good employee performance, including namely how to implement reward and punishment. This study aims to determine the strategy of Public Relations of the reward and punishment in improving the performance of employees of PT. Samsung Electronics Indonesia. The Data obtained through interviews to three employees, PT. Samsung Electronics Indonesia. This study uses a qualitative approach, using the paradigm of postpositivistik and the nature of this research is descriptive. The results of the analysis show that the strategy of reward and punishment to give a strong contribution in improving the performance of employees. Looks from some of the problems in the company resolved, such as the value of the pennualan reached, increased earnings and growth performance of employees is increasing.

Keywords—Strategy, Internal Public Relations, employe

Abstrak—Persaingan dalam industri elektronik semakin hari semakin ketat, sehingga semakin dituntut kualitas dari setiap aspek perusahaan, termasuk sumber daya manusia. Ada beberapa hal yang harus dipenuhi untuk mencapai kinerja karyawan yang baik, termasuk didalamnya yaitu bagaimana untuk menerapkan reward dan punishment. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Public Relations yaitu reward dan punishment dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia. Data yang didapatkan melalui wawancara kepada tiga karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menggunakan paradigma postpositivistik dan sifat penelitian ini adalah deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi reward dan punishment memberi kontribusi yang kuat dalam meningkatkan kinerja karyawan. Terlihat dari beberapa masalah di perusahaan yang mulai teratasi, seperti nilai pennualan yang tercapai, laba yang meningkat dan pertumbuhan kinerja karyawan yang semakin meningkat.

Kata Kunci—Strategi, Internal Public Relation, Kinerja karyawan..

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam mencapai tujuan perusahaan, dibutuhkan sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas. Kualitas atau kinerja karyawan harus selalu dipelihara dan ditingkatkan, salah satu caranya adalah dengan penerapan reward and punishment. Untuk meningkatkan kinerja yang efektif, maka instansi organisasi dapat memperhatikan hal

yang paling utama yakni pemenuhan kebutuhan pegawainya. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka diperlukan adanya imbalan atau kompensasi sebagai bentuk motivasi yang diberikan kepada pegawai, yang disebut manajemen kompensasi. Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung maupun barang tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atau jasa yang diberikan pada perusahaan. Manajemen kompensasi penting untuk meningkatkan motivasi pegawai mencapai prestasi yang terbaik. Prinsip penting dalam sistem manajemen kompensasi adalah prestasi yang tinggi harus diberi penghargaan yang layak dan apabila melanggar aturan dalam organisasi harus diberikan sanksi yang setimpal serta adil. Kekeliruan dalam menerapkan sistem kompensasi, khususnya sistem penghargaan akan berakibat timbulnya demotivasi, demotivasi adalah sebuah perasaan lelah, menyerah, ingin berhenti yang menetralkan motivasi, semangat, gairah dan passion anda yang saat ini sedang sangat dibutuhkan oleh bisnis anda untuk berkembang dan tidak adanya kepuasan kerja di kalangan pegawai dan apabila hal tersebut terjadi dapat menyebabkan rendahnya kinerja baik pegawai maupun organisasi.

Kegiatan internal public relations merupakan kegiatan yang ditujukan untuk karyawan organisasi/perusahaan. Karyawan adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan. Melalui kegiatan internal public relations diharapkan karyawan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

Bagaimana startegi internal public relations ini berdampak pada kinerja karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia?

C. Identifikasi Masalah

Untuk lebih memperjelas ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti agar tidak terlalu luas, maka akan dibahas pokok permasalahannya sebagai berikut:

Bagaimana strategi internal public relations dalam

meningkatkan kinerja karyawan?

D. Tujuan Penelitian

Berpijak pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana strategi internal public relations dalam meningkatkan kinerja karyawan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis, Penelitian ini dapat memberikan wawasan, pengetahuan tambahan, khususnya tentang reward and punishment yang berkaitan dengan kinerja karyawan. Memberikan gambaran teori - teori kompensasi yang berkaitan dengan kinerja karyawan, yang mungkin dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis, Diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan kompensasi, khususnya strategi reward and punishment untuk masa yang akan datang. Yang nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan

II. LANDASAN TEORI

A. Strategi

Strategi berasal dari kata bahasa Yunani “strategos” dan mengarah kepada keseluruhan peran komando umum militer. Dalam bisnis, strategi adalah menentukan lingkup dan arah suatu pengembangan organisasi dan bagaimana dapat mencapai strategi yang kompetitif. Menurut Effendy (2002: 24) strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjuk taktik operasionalnya.

1. Jenis-Jenis Strategi

George A. Steiner mengatakan (1997: 15-16) bahwa tidak ada kelas klasifikasi atau pengelompokan strategi yang diterima secara umum. Hanya saja dapat dilakukan penggolongan menurut dimensi strateginya.

- a. Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup, yakni strategi dapat lebih luas atau lebih sempit sesuai dengan pemahaman.
- b. Klasifikasi berdasarkan hubungannya dengan tingkat organisasi, yakni strategi yang berdasarkan pada jenjang setiap divisi yang memiliki strateginya masing-masing dan merupakan cabang dari strategi utama sebuah badan.
- c. Klasifikasi berdasarkan keterkaitan strategi dengan sumber material atau bukan material, yakni dengan melihat bentuk fisik seperti SDM yang tersedia atau gaya manajemen, pola pikir atau falsafah perusahaan.
- d. Klasifikasi berdasarkan tujuan dan fungsi, sebagai contoh adalah pertumbuhan sasaran utama dari

kebanyakan perusahaan dan terdapat banyak strategi yang dapat dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.

- e. Klasifikasi berdasarkan strategi pribadi manajer semakin tinggi tingkat manajer, semakin penting strategi ini bagi kehidupan organisasi.

B. Public Relations

Menurut Ruslan (2006: 123) mengungkapkan bahwa, “Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya”.

1. Peran Public Relations

Menurut Rusady Ruslan, peranan Public Relations dalam suatu lembaga atau organisasi dapat dibagi dalam empat peran, yakni:

- a. Sebagai komunikator atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina relationship, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peranan back up management, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk corporate image, artinya peranan Public Relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

2. Strategi dalam Public Relations

Ada empat langkah dalam proses perencanaan strategi Public Relations menurut Morissan (2008: 13) yaitu:

- a. Defining the problem (or opportunity) / Research
Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan organisasi.
- b. Planning and programming
Informasi yang dikumpulkan adalah langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik. Strategi tujuan, tindakan dan informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran.
- c. Take action and communicating
Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain dalam rangka mencapai tujuan program.
- d. Evaluating the program
Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atau persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik

tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak.

C. Internal Public Relations

Sebagai suatu seni, Public Relations bukan sekedar teori dengan konsepnya. Namun seperti halnya seni pada umumnya, melibatkan jiwa manusia dengan kompleksitasnya. Sebagai seni pendekatan yang digunakan harus mengandung unsur psikologi manusia.

Pelaksanaan Public Relations sebagai seni tidak terbatas dari Human Relations. Dimana dalam pembangunan hubungan antara perusahaan dengan karyawan harus melihat sudut pandang bahwa karyawan adalah pribadi yang ingin diperlakukan dengan respect (hormat) dan dignity (penghargaan).

1. Bentuk Hubungan Internal Public Relations

Publik internal mempunyai tugas menjalin hubungan baik dan harmonis antara manajemen perusahaan dengan karyawannya. Menurut Griswold (1993: 34) "mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan internal publik", seperti:

- a. Hubungan dengan karyawan (Employee Relations)
Merupakan suatu kegiatan Public Relations untuk memelihara hubungan antara pihak manajemen dan para karyawannya.
- b. Hubungan manusiawi (Human Relations)
Merupakan suatu kegiatan Public Relations untuk memelihara hubungan antara sesama warga perusahaan dengan tujuan mempererat rasa peraudaraan dan meningkatkan kesejahteraan demi kepuasan bersama.
- c. Hubungan dengan buruh (Labour Relations)
Merupakan suatu kegiatan Public Relations untuk memelihara hubungan antara pimpinan dengan serikat buruh yang berada di dalam perusahaan dan turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul diantara keduanya.
- d. Hubungan dengan pemegang saham (Shareholder)
Merupakan suatu kegiatan Public Relations untuk memelihara hubungan baik antara pemegang saham dengan tujuan membina hubungan dan untuk memajukan perusahaan.
- e. Hubungan dengan para manajer (Manager Relations)
Kegiatan Public Relations untuk memelihara hubungan baik dengan para manajer di lingkungan perusahaan. Untuk kondisi ini mereka merupakan orang-orang yang dituntut untuk dapat memikul tanggung jawab besar bagi perusahaan.

Kelima bentuk yang tertulis diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan internal Public Relations yang mencakup hubungan antara manajemen dengan karyawan dan para manajer.

D. Kinerja Karyawan

Menurut Rivai (2004: 309) kinerja adalah merupakan perilaku yang nyata ditampilkan oleh setiap orang sebagai

prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan .

E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Sejalan dengan itu, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sumber daya manusia, menurut Wirawan (2010) meliputi:

- a. Faktor internal pegawai, yaitu faktor-faktor dari dalam diri pegawai yang merupakan faktor bawaan dari lahir dan faktor yang diperoleh ketika ia berkembang. Faktor-faktor bawaan, misalnya bakat, sifat pribadi, serta keadaan fisik dan kejiwaan. Sementara itu, faktor yang diperoleh, misalnya pengetahuan, ketrampilan, etos kerja, pengalaman kerja dan motivasi kerja.
- b. Faktor lingkungan internal organisasi. Dalam melaksanakan tugasnya pegawai memerlukan dukungan organisasi tempat ia bekerja. Dukungan tersebut sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja pegawai. Faktor internal organisasi antara lain teknologi robot, sistem kompensasi, iklim kerja, strategi organisasi, dukungn sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan, serta sistem manajemen dan kompensasi.
- c. Faktor lingkungan eksternal organisasi. Faktor-faktor lingkungan organisasi adalah keadaan, kejadian, atau situasi yang terjadi dilingkungan eksternal organisas, misalnya krisis ekonomi.

1. Penilaian Kinerja Karyawan

Untuk mengukur kinerja seorang karyawan, terdapat lima kriteria yang dihasilkan dari pekerjaannya, yaitu:

- a. Kualitas, kualitas merupakan tingkatan dimana hasil akhir yang dicapai mendekati sempurna dalam arti memenuhi tujuan yang diharapkan.
- b. Kuantitas, kuantitas adalah jumlah yang dihasilkan yang dinyatakan dalam istilah sejumlah unit kerja ataupun merupakan jumlah siklus yang dihasilkan.
- c. Ketepatan waktu, tingkat aktivitas diselesaikannya pekerjaan tersebut pada waktu awal yang diinginkan.
- d. Efektifitas, efektifitas merupakan tingkat pengetahuan sumber daya organisasi dengan maksud menaikan keuntungan.
- e. Kemandirian, karyawan dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa bantuan dari orang lain.

2. Langkah-Langkah Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja terdiri dari tiga langkah:

- a. Mendefinisikan pekerjaan, berarti memastikan bahwa atasan dan bawahan sepakat tentang tugas-tugas dan standart jabatan.
- b. Menilai kinerja, berarti membandingkan kinerja actual bawahan dengan standart-standart yang telah ditentukan ini mencakup beberapa jenis formulir penilaian.
- c. Penilaian kinerja biasanya menuntut satu atau lebih untuk umpan balik disini kinerja dan kemajuan bawahan dibahas dan rencana-rencana dibuat untuk

perkembangan apa saja yang dituntut.

3. Manfaat Kinerja

Terdapat beberapa manfaat dari pada kinerja tersebut menurut Sedarmayanti (2003: 22) yaitu:

- a. Peningkatan prestasi, dengan adanya penilaian baik manajer maupun karyawan memperoleh umpan balik dan mereka dapat memperbaiki pekerjaan mereka.
- b. Kesempatan kerja yang adil, adanya penilaian kinerja yang akurat dapat menjamin karyawan untuk memperoleh kesempatan menempati posisi pekerja sesuai dengan kemampuannya.
- c. Kebutuhan pelatihan dan pengembangan, melalui penilaian prestasi kerja akan dideteksi karyawan yang kemampuannya rendah sehingga memungkinkan adanya program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mereka.
- d. Penyesuaian Kompensasi, penilaian prestasi kerja dapat membantu para manajer untuk mengambil keputusan dalam menentukan perbaikan pemberian kompensasi, gaji, insentif dan sebagainya.
- e. Keputusan Promosi dan Demosi, hasil penilaian prestasi kerja terhadap karyawan dapat digunakan untuk mengambil keputusan dalam rangka mempromosikan dan mendemosikan karyawan yang prestasi kerjanya kurang baik.

F. *Reward and Punishment*

Menurut Kadarisman (2012:122), berpendapat reward adalah semua bentuk return baik finansial maupun non finansial yang diterima karyawan karena jasa yang disumbangkan ke perusahaan.

Sedangkan menurut Nurmiyati (2011), punishment akan diberikan karena adanya pelanggaran terhadap aturan yang berlaku. Dalam konteks perusahaan, punishment akan diberikan kepada karyawan yang lalai atau melakukan suatu kesalahan yang merugikan perusahaan.

1. Indikator Reward dan Punishment

Menurut Kadarisman (2012:122), indikator Reward (penghargaan) adalah sebagai berikut:

- Upah;
- Gaji;
- Insentif;
- Tunjangan;
- Penghargaan Interpersonal;
- Promosi

Menurut Rivai dalam Koencoro (2013:4), indikator Punishment (sanksi) dapat diuraikan seperti berikut :

- Hukuman ringan;
- Hukuman sedang;
- Hukuman berat

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. *Paradigma Penelitian*

Penelitian kualitatif merupakan suatu model penelitian

yang bersifat humanistik, dimana manusia dalam penelitian ini ditempatkan sebagai subyek utama dalam suatu peristiwa sosial. Dalam hal ini hakikat manusia sebagai subyek memiliki kebebasan berfikir dan menentukan pilihan atas dasar budaya dan sistem yang diyakini oleh masing-masing individu.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara, analisis isi, dan metode pengumpulan data lainnya untuk menyajikan respon dan perilaku subjek (Setyosari, 2012: 40).

Berdasarkan hal tersebut penelitian kualitatif pada dasarnya adalah satu kegiatan sistematis untuk menemukan suatu teori dalam sebuah realita sosial bukan menguji teori atau hipotesis. Sehingga, secara etimologis paradigma kualitatif senantiasa mengakui adanya fakta empiris di lapangan yang dijadikan sumber pengetahuan akan tetapi teori yang ada tidak dijadikan sebagai tolak ukur verifikasi.

Dalam penelitian kualitatif ini, proses penelitian menjadi lebih penting dari pada sekedar hasil. Dalam penelitian kualitatif, proses menjadi hal yang harus diperhatikan, dimana peneliti sebagai pengumpul instrumen harus mampu menempatkan dirinya pada posisi seobjektif mungkin sehingga data yang dikumpulkan menjadi data yang mampu untuk di pertanggung jawabkan.

Terdapat beberapa pendekatan berdasarkan penelitian kualitatif, antara lain:

a. Pendekatan Fenomenologis

Pendekatan fenomenologis berusaha memahami makna dari suatu peristiwa dan bagaimana peristiwa tersebut berpengaruh dengan manusia dalam kondisi dan situasi tertentu.

b. Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan suatu kerangka fenomenologi yang lebih baik dan terjabarkan atas pokok-pokok pemikiran yang lebih kongkrit.

c. Etnometodologi

Etnometodologi merupakan pendekatan yang lebih fokus pada bidang kajian yang diteliti. Bidang kajian etnometodologi bukanlah suatu masyarakat yang khusus pada peristiwa tertentu, melainkan orang-orang yang berada dalam berbagai situasi dan kondisi yang ada dalam masyarakat.

Paradigma dalam penelitian kualitatif terdiri atas tiga, antara lain:

a. Postpositivisme, Lahir sebagai paradigma yang ingin memodifikasi kelemahan-kelemahan yang terdapat pada paradigma positivisme.

b. Konstruktivisme, Paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri.

c. Teori kritis memandang bahwa kenyataan itu sangat berhubungan dengan pengamat yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain serta nilai-nilai yang dianut oleh pengamat tersebut turut mempengaruhi fakta dari kenyataan tersebut.

B. *Jenis Penelitian*

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggambarkan pelaksanaan kegiatan humas dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Samsung Electronics Indonesia, Jl. KH. Mas Mansyur Kav.126 TCC Batavia Tower One, Karet Tengsin, DKI Jakarta. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2018

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian sehingga data yang dihasilkan akurat. Dalam penelitian ini ada dua jenis informan yaitu informan kunci dan informan pendukung.

Informan kunci adalah Manager Internal Public Relations PT. Samsung Electronics Indonesia yang merupakan pemimpin Humas di internal perusahaan. Dan informan pendukung adalah Manager HRD dan seorang karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dan lengkap maka dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Interview / Wawancara, Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam yaitu dengan cara menggali data maupun informasi sebanyak-banyaknya dari responden.
2. Metode Observasi, Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan sambil mencari informasi mengenai masalah yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh, maka tahap berikutnya adalah mengolah data dan menganalisis data. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif yaitu dengan cara menghimpun fakta dan mendeskripsikannya. Analisis dilakukan pada seluruh data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dokumen-dokumen dan hasil observasi. Adapun tahap-tahap teknik analisis data yang digunakan meliputi:

1. Reduksi Data
Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, penyerdehaan, pemutusan perhatian pada hal-hal inti dan mengubah data kasar yang diperoleh dari lapangan.
2. Penyajian Data
Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi yang telah tersusun dari hasil reduksi data yang kemudian disajikan dalam laporan yang sistematis dan mudah dibaca / dipahami.
3. Menarik Kesimpulan

Kegiatan menyimpulkan dari pemaparan berdasarkan hasil analisis data atau fakta-fakta yang ditemukan dalam penelitian sehingga nantinya dapat menemukan suatu prinsip atau prosedur baru yang berkaitan dengan peran internal Public Relations di PT. Samsung Electronics Indonesia.

G. Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi yang digunakan ini adalah triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dengan melakukan wawancara dengan Manajer Internal Public Relations, Manajer HRD dan seorang karyawan PT. Samsung Electronics Indonesia.

Triangulasi metode menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dikategorikan absah apabila terdapat kesesuaian informasi antara subjek penelitian yang satu dengan subjek penelitian yang lain dan kesesuaian informasi antara hasil wawancara, observasi dan juga dokumentasi.

H. Kerangka Berpikir

1. Coding

Pengkodean atau coding pada dasarnya merupakan proses teknik analisis data yang dirinci, dikonseptualisasikan, dan diletakan kembali bersama – sama dalam cara baru. Coding dimaksudkan untuk dapat mengorganisir dan mensistemasi data secara lengkap dan mendetail sehingga data dapat memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari. Dengan demikian pada gilirannya penelitian akan dapat menemukan makna dari data yang dikumpulkannya. Semua peneliti kualitatif menganggap tahap coding sebagai tahap yang penting, meskipun peneliti yang satu dan yang lain memberikan usulan prosedur yang tidak sepenuhnya sama.

Pada akhirnya penilitilah yang berhak memilih cara melakukan coding yang dianggapnya paling efektif bagi data yang diperolehnya. Ini merupakan proses sentral dimana teori – teori dibentuk dari data.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga macam coding, teori terdiri atas tiga jenis pengodean (coding) yaitu pengodean terbuka (open coding), pengodean berporos (axial coding), dan pengodean selektif (selective coding).

2. Triangulasi

Menurut William Wiersman (Sugiyono, 2010:372) triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, maka dari itu dengan demikian terdapat tiga macam bentuk triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

a. Triangulasi Sumber

Adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari ketiga sumber tersebut tidak bisa dirata – ratakan seperti dalam

penelitian kuantitatif tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama atau berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data tersebut.

b. *Triangulasi Teknik.*

Adalah teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya, data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner.

c. *Triangulasi Waktu.*

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data, data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi berbeda.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Hasil Temuan Peneliti*

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi di lapangan dan mendeskripsikan “Strategi Internal Public Relations Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan” di PT. Samsung Electronics Indonesia.

B. *Profil Perusahaan*

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada PT. Samsung Electronics Indonesia. PT. Samsung Electronics Indonesia adalah anak perusahaan Samsung Group, merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar dunia. Didirikan pada 1 Maret 1938 di Daegu, Korea, perusahaan ini beroperasi di 58 negara. Samsung adalah salah satu konglomerat Korea Selatan terbesar yang bermula sebagai perusahaan ekspor pada 1938 dan dengan cepat berkembang ke bidang lainnya. Sekarang ini, Samsung beroperasi di 6 bidang bisnis, yaitu telekomunikasi (handphone dan jaringan), peralatan rumah tangga digital (termasuk mesin cuci, oven gelombang mikro, kulkas, pemutar VHS dan DVD, dan lain-lain), media digital, LCD, semi konduktor, dan kendaraan bermotor (termasuk alat berat) membuat karyawannya untuk meningkatkan kinerjanya secara optimal.

C. *Analisa dan Pembahasan*

Hasil penelitian pelaksanaan komunikasi organisasi yang dilaksanakan oleh peneliti di PT. Samsung Electronics Indonesia Elektronik Indonesia ini mencakup hal strategi internal Public Relations. Dalam hal ini, peneliti melakukan

fokus penelitian pada bagian hal yang diterapkan yaitu, kebijakan reward and punishment. Pertanyaan-pertanyaan peneliti berdasarkan dimensi-dimensi yaitu :

1. Strategi Internal Public Relations, Strategi internal Public relations PT. Samsung Electronics Indonesia dalam meningkatkan kinerja karyawan adalah dengan menerapkan kebijakan Reward and Punishment. Kebijakan ini telah diterima dengan baik oleh seluruh karyawan perusahaan, kebijakan ini dinilai efektif karena karyawan merasa termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Kinerja Karyawan, Hasil wawancara peneliti kepada informan penelitian mengenai kinerja karyawan di PT. Samsung Electronics Indonesia yang diperoleh dari dua informan yang diantaranya merupakan, HR Manager dan Sales Manager mengemukakan bahwa terjadi penurunan nilai penjualan di tahun 2017 yang di akibatkan oleh penurunan kinerja karyawan.
3. Reward and Punishment, Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa kebijakan Reward and Punishment yang diterapkan oleh PT. Samsung Electronics Indonesia terhadap karyawan menghasilkan perubahan yang baik.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini berdasarkan dari hasil analisa dan interpretasi data – data temuan dari lapangan oleh peneliti, maka dalam penelitian ini peneliti berkesimpulan bahwa :

Internal Public Relations mengeluarkan kebijakan baru yaitu. Reward and Punishment di PT. Samsung Electronics Indonesia. Berdasarkan pengamatan dan analisa peneliti dalam kebijakan tersebut diperlukan motivasi lebih terhadap karyawan, dalam bentuk pemberian penghargaan dan pemberian sanksi jika karyawan tidak mencapai target perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemberian Reward tersebut adalah : Pemberian voucher MAP, Beasiswa Pendidikan dan tambahan uang insentif. Bentuk Punishment nya ialah, pemberian peringatan dan pemberhentian kerja atau PHK.

Dengan menjalankan kebijakan Reward and Punishment tersebut, karyawan dapat termotivasi lebih dan bisa memberikan hasil yang baik kepada perusahaan. Yaitu seperti memberi nilai penjualan yang tinggi.

Hambatan yang dihadapi dapat berbeda – beda karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu antara lain : persaingan daya beli diluar yang cukup berat, karena pasaran diluar memiliki kualitas yang cukup bagus pula. Faktor dari Salesmen nya sendiri pun bisa berpengaruh, transportasi juga menjadi faktor penting saat proses pengiriman barang kepada pihak dealer-dealer.

VI. SARAN

Agar dapat lebih meningkatkan lagi kinerja kerja pegawai PT. Samsung Electronics Indonesia Divisi penjualan atau Sales pihak Internal harus memperhatikan

faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Diharapkan pimpinan PT. Samsung Electronics Indonesia Divisi penjualan atau Sales terus melakukan evaluasi pemberian reward (penghargaan) dan punishment (sanksi) Osehingga karyawan tidak merasa berat menerima sanksi yang diberikan..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aksara. Kadarisman. (2012). Manajemen Kompensasi. Jakarta: Rajagrafindo
- [2] Amirul Hadi dan Haryono, (1998). Metodologi Penelitian Pendidikan. Bandung: Pustaka Setia.
- [3] Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, S. (2010). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [4] Bernardin, H. John. & Rusell, J.E.A. (1993). Human Resources Management. New York : Mc Graw Hill Inc.
- [5] Effendy, Onong U. (1983). Human Relations dan Public Relations dalam Management, Alumni, Bandung.
- [6] George Ritzer. (2009). Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda, Terjemahan Alimandan, PT. RajaGrafindo Perkasa, Jakarta : 7
- [7] Hasibuan, Malayu S P. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi
- [8] Jefkins, F. dan D. Y. (2004). Public Relations. Judul asli Public Relations. Alih bahasa Haris Munandar. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- [9] Mangkunegara. Anwar Prabu. (2010). Evaluasi Kinerja SDM. Refika Aditama.
- [10] Mathis and Jackson. (2006). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat. Nugroho, Bambang. 2006.
- [11] Oliver, Sandra. (2001). Strategi Public Relations. Jakarta : Erlangga.
- [12] Sutrisno. Edy. (2007), Manajemen Sumber Daya Manusia, Penerbit Kencana Prenada Jakarta: Media Group.
- [13] Soemanagara. (2012). Strategic Marketing Communication, Konsep Strategis dan Terapan. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- [14] Rivai, (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- [15] Rosady, Ruslan. (2007). Seri Manajemen Public Relations I. Jakarta: Ghalia Indonesia
- [16] Sedarmayanti. (2009). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV Mandar Maju.
- [17] Tahir, Muh. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- [18] Wibowo. (2007). Manajemen Kinerja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [19] Wirawan. (2009). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. : Teori Aplikasi dan Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.
- [20] Wiryanto. (2006). Teori Komunikasi. Jakarta: Grasindo.