

# Evaluasi Program *Employee Relations* Rich Palace Hotel Surabaya

Joesephine Tanumaharja, Titi Nur Vidyarini, Monica Rusdianto, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*joesephinetan@gmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di Rich Palace Hotel. Salah satu departemen yakni departemen *Human Resources Development* (HRD) menjalankan salah satu fungsi *Public Relations*, yaitu *Employee Relations* atau Hubungan Karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi program *employee relations* Rich Palace Hotel Surabaya tahun 2017. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus, serta menggunakan teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam. Program *employee relations* memiliki beberapa bentuk program di dalamnya yaitu *Staff Gathering*, *Employee of the Month*, dan *Staff Outing*. Evaluasi dilakukan berdasarkan sudut pandang karyawan yang dalam hal ini ialah peserta dari program *employee relations*. Berdasarkan hasil evaluasi, dapat diketahui bahwa *Staff Gathering* dan *Staff Outing* berhasil mencapai tujuannya, meskipun terdapat beberapa kendala dalam setiap program. Permasalahan yang terjadi pada *Staff Gathering* ialah minimnya keterlibatan GM, keterlambatan peserta, perbedaan persepsi durasi, dan asumsi pelaksana program. Sedangkan permasalahan pada *Staff Outing* terletak pada ketidaktahuan pelaksana program terhadap keterlibatan peserta. Untuk satu program lainnya, yaitu *Employee of the Month* ditemukan bahwa program ini tidak berhasil mencapai tujuannya. Kurang *detail*-nya kriteria *Employee of the Month* dan ketidakpuasan karyawan terhadap *reward* yang diberikan menjadi masalah utama dalam tidak tercapainya tujuan program ini.

**Kata Kunci:** Evaluasi, *Employee relations*, Rich Palace Hotel Surabaya, Studi Kasus

## Pendahuluan

Dalam beberapa tahun belakangan ini, semakin banyak bermunculan hotel-hotel yang terletak di Surabaya. Melalui data yang didapatkan oleh PHRI hingga akhir 2015, Ketua PHRI Jawa Timur, M. Soleh mengatakan bahwa jumlah hotel di Surabaya telah mencapai angka 150. Diperkirakan angka itu akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya hotel-hotel baru di Surabaya (news.detik.com, 2016). Adanya persaingan yang ketat antar hotel di Surabaya membuat masing-masing hotel berusaha memberikan variasi jenis kelengkapan layanan jasa serta inovasi-inovasi baru sebagai upaya untuk menarik perhatian dan memperoleh dukungan dari publiknya. Untuk bisa memberikan pelayanan terbaik, tentunya semua dimulai dari mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) dari perusahaan tersebut, salah satunya melalui *employee relations*.

Seperti perusahaan lain, salah satu hotel baru di Surabaya, Rich Palace Hotel telah menjalankan program *employee relations* untuk mengelola SDM yang dimiliki. Di Rich Palace Hotel Surabaya, terdapat bagian yang menjalankan fungsi *Public Relations* dalam menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, yaitu bagian *Human Resources Development (HRD)*.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Clara, *Human Resources Supervisor* Rich Palace Hotel Surabaya, ia menyatakan bahwa karyawan merupakan aset yang sangat penting dan perusahaan tidak akan bisa berjalan tanpa karyawan. Oleh karena itu, Clara merancang dan menjalankan program *employee relations*. Dengan adanya program *employee relations* yang baik, maka akan tercipta pula komunikasi yang baik antarkaryawan, meminimalisir terjadinya *miscommunication*, serta mempengaruhi kinerja karyawan untuk menjadi lebih baik lagi. Selain itu, Clara juga menambahkan bahwa program *employee relations* ini diadakan dengan tujuan mengakrabkan hubungan antara satu departemen dengan departemen yang lain, sehingga tidak terjadi *gap* antar departemen yang ada. Kemudian, program ini juga dapat menjadi wadah untuk pihak manajemen Rich Palace Hotel Surabaya jika ingin memberikan *update* mengenai informasi-informasi yang ada. Dan yang terakhir melalui program-program tersebut, Clara juga ingin mengajak karyawan bersenang-senang sejenak terlepas dari pekerjaan yang ada di kantor (Wawancara pribadi dengan Clara, *Human Resources Supervisor*, 28 Januari 2018).

Dalam konsepnya, *employee relations* memang memiliki tujuan dalam menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan dalam komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawan, wadah untuk menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Ningsih, Lestari, dan Arif, 2009, p. 165). Kegagalan yang serius dalam komunikasi karyawan menciptakan kelambanan pegawai, ketidakefisienan, penurunan hasil, penurunan semangat kerja, pemogokan yang merugikan, kepailitan serta masalah lainnya yang menimbulkan dampak merugikan pada penjualan, keuntungan, dan citra publik (Moore, 2002, p. 5). Untuk menghindari hal tersebut terjadi, setiap perusahaan atau organisasi membutuhkan program *employee relations*.

Rich Palace Hotel Surabaya merancang dan mengimplementasikan program *employee relations* yang mencakup beberapa bentuk kegiatan, antara lain *Staff Gathering*, *Staff Outing*, *Employee of the Month*, dan *Training*. Namun, dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan evaluasi terhadap kegiatan *Training* dikarenakan kegiatan ini tidak dilakukan secara rutin seperti kegiatan lainnya.

Dalam pelaksanaan ketiga program *employee relations* selama ini, hanya satu program saja yang pernah dilakukan evaluasi. Namun, evaluasi itu juga tidak dilakukan secara rutin dan khusus. Evaluasi diadakan dalam bentuk rapat yang dihadiri oleh kepala departemen yang dalam hal ini membantu dalam perencanaan maupun pelaksanaan program. Evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen menemukan bahwa dalam program *Staff Gathering* ditemukan cukup banyak karyawan yang sering datang terlambat dengan alasan pekerjaan. Selain itu, Clara

mengungkapkan asumsinya terhadap program *Employee of the Month* yang dirasa tidak memberikan motivasi pada karyawan (Wawancara pribadi dengan Clara, 27 Februari 2018). Berdasarkan evaluasi pihak manajemen, peneliti menjadikan evaluasi tersebut sebagai pijakan untuk melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap ketiga program *employee relations* yang dilakukan selama periode 2017 sebagai fokus dan menggunakan sudut pandang peserta.

Evaluasi merupakan keharusan manakala suatu program atau kegiatan *Public Relations* telah diselesaikan. Melalui program atau kegiatan itulah bisa diketahui bagaimana efektivitas suatu program atau kegiatan dalam mencapai tujuan organisasi. Bisa pula dilakukan penilaian aspek-aspek program atau kegiatan yang memerlukan penyempurnaan atau perbaikan (Iriantara dalam Ermawaty, 2011, p. 30).

Peneliti menemukan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Felisia Yosicho Darjono (2016) yang berjudul “Evaluasi Program *Employee Relations* Toyota Asri Motor Tahun 2015”. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa perusahaan tidak pernah melakukan evaluasi terhadap program *employee relations* dan hal tersebut menyebabkan perusahaan tidak dapat menilai keefektifan program. Sedangkan informan berpendapat bahwa susunan acara salah satu program *employee relations* kurang tertata dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh Felisia Darjono menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode audit komunikasi, sementara peneliti menggunakan metode studi kasus.

Berdasarkan pemaparan fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa evaluasi memiliki peranan penting untuk melihat keefektifan suatu program. Sehingga peneliti menetapkan sasaran penelitian, yaitu melakukan evaluasi program *employee relations* Rich Palace Hotel Surabaya, khususnya sepanjang tahun 2017. Evaluasi dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus.

## Tinjauan Pustaka

### **Public Relations**

*International Public Relations Assosiation* (IPRA) memberikan definisi mengenai *Public Relations* (Rumanti, 2005, p. 11) yang dapat disimpulkan sebagai berikut: *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum, dan pribadi yang dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada hubungannya dan diduga akan ada kaitannya dengan cara menilai opini publik, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerjasama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.

### **Employee Relations**

Menurut Cutlip, Center & Broom (dalam Darjono, 2016, p. 25), *employee relations* merupakan bagian khusus dari *Public Relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkannya. Kegiatan *Public Relations* ke dalam perusahaan diperlukan untuk memupuk adanya suasana yang menyenangkan di antara para karyawannya, komunikasi antara bawahan dan pimpinan atau atasan terjalin dengan akrab dan tidak kaku, serta meyakini rasa tanggung jawab akan kewajibannya terhadap perusahaan (Suhandang, 2004, p. 73-74). Kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program antara lain sebagai berikut (Ruslan, 2005, p. 273-274):

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan  
Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan dan kualitas maupun kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.
- b. Program Motivasi Kerja Berprestasi  
Program ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.
- c. Program Penghargaan  
Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.
- d. Program Acara Khusus  
Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.
- e. Program Media Komunikasi Internal  
Membentuk program media komunikasi internal melalui *bulletin*, *news release*, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi, dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dengan pimpinan.

### **Evaluasi**

Evaluasi merupakan keharusan manakala suatu program atau kegiatan *Public Relations* telah diselesaikan. Melalui program atau kegiatan itulah bisa diketahui bagaimana efektivitas suatu program atau kegiatan dalam mencapai tujuan organisasi. Bisa pula dilakukan penilaian aspek-aspek program atau kegiatan yang memerlukan penyempurnaan atau perbaikan (Iriantara dalam Ermawaty, 2011, p. 30). Gregory (dalam Darjono, 2016, p. 26) mendefinisikan evaluasi sebagai “suatu proses untuk memantau dan menguji, serta merupakan analisis terhadap hasil akhir dari suatu kampanye atau program.

## Studi Kasus

Studi kasus merupakan metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2006, p. 65). Tujuan dari penelitian studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian, dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum (Nazir, 1988, p. 66-67).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai “Evaluasi Program *Employee Relations*”, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus dengan teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam. Studi kasus merupakan metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2006, p. 65).

### Subjek Penelitian

Sasaran penelitian dalam penelitian ini adalah program *employee relations* yang diselenggarakan oleh Rich Palace Hotel Surabaya selama tahun 2017. Karena penelitian ini melihat sudut pandang peserta, pemilihan informan dilakukan kepada pihak-pihak dalam perusahaan yang terlibat dalam program *employee relations*, yang dalam hal ini ialah delapan orang karyawan Rich Palace Hotel Surabaya yang berasal dari berbagai departemen. Berikut merupakan beberapa informan tersebut: Stephani Swandamai (*Sales & Marketing*), Caroline Sunyoto, (*Accounting*), Yuliyansah (*Front Office*), Henny Nurlaili (*Housekeeping*), Giovani Viona Daisy (*FB Product*), Dini Nur Aini (*FB Service*), Mochamad Zaenuri (*Engineering*), dan Sidhi Deny Satwiko (*Security*).

### Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini berdasarkan tiga tahapan dalam analisis Sugiyono (2010, p. 246-252), yaitu Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), dan Menarik Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing or Verification*).

## Temuan Data

Berikut adalah hasil temuan data mengenai evaluasi program *employee relations* Rich Palace Hotel Surabaya. Hasil temuan ini terbagi dalam tiga bagian besar berdasarkan program *employee relations* yang dijalankan, yaitu *Staff Gathering*, *Employee of the Month*, dan *Staff Outing*.

### **Staff Gathering**

*Staff Gathering* merupakan acara berkumpul yang diadakan setiap bulan yang bermanfaat untuk menggalang kebersamaan dan keakraban antara departemen satu dengan departemen lain, menciptakan hubungan yang baik dan erat antara pihak manajemen dengan karyawan di dalam perusahaan, serta memberikan *update* informasi. Dengan adanya hubungan yang baik antarkaryawan, perusahaan berharap dapat memberikan dampak positif pada pekerjaan mereka yang kemudian dapat pula meningkatkan komunikasi supaya tidak terjadi *miscommunication*. Melalui hasil FGD dan wawancara, dapat diketahui bahwa seluruh peserta mengetahui tujuan diadakannya program ini. Berbagai bentuk kegiatan diadakan dalam program ini, seperti *mini games*, seminar, *speech* oleh *General Manager*, penyerahan penghargaan *Employee of the Month*, sesi *hello and goodbye*, dan makan bersama.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa hal yang paling mereka senangi dari *Staff Gathering* ini ialah mereka dapat beristirahat dan mengobrol dengan teman-teman dari departemen lain. Selain itu, peneliti juga mendapatkan masukan dari beberapa informan, terkait seminar yang ingin diadakan dengan rutin, adanya perbedaan persepsi durasi, dan minimnya keterlibatan *General Manager*.

### **Employee of the Month**

*Employee of the Month* merupakan salah satu bentuk program yang ingin mengapresiasi dan memotivasi karyawannya supaya dapat bekerja lebih baik. Program ini biasanya mengambil satu sesi dalam program *Staff Gathering* yang diadakan setiap bulan. Kinerja yang baik merupakan kunci untuk bisa mendapatkan *Employee of the Month*. Sedangkan untuk *reward* yang diberikan kepada pemenang dari *Employee of the Month* berupa *voucher FnB* yang bisa untuk dua orang, lengkap dengan sertifikat.

Salah seorang informan menyatakan bahwa hadiah yang ditawarkan kurang menarik, sehingga tidak ada yang dapat memacu untuk memenangkan hadiah tersebut. Ia juga menyarankan untuk membuat jangka waktu pemilihan menjadi enam bulan sekali dengan harapan *reward* yang diberikan juga bisa lebih maksimal namun tidak memberatkan manajemen. Selain itu, ada pula informan lain yang menyarankan supaya kriteria untuk menjadi *Employee of the Month* bisa dibuat lebih *detail*. Tidak hanya berdasarkan kinerja saja, melainkan dinilai juga dari bagaimana hubungan karyawan tersebut dengan departemen lain.

### **Staff Outing**

*Staff Outing* bertujuan untuk menciptakan *team building* yang kuat melalui permainan-permainan yang menyenangkan. Semua kegiatan tersebut berfungsi untuk *refreshing* sekaligus lebih mendekatkan hubungan antar sesama karyawan. Seperti program *employee relations* yang lain, *Staff Outing* yang diadakan setahun sekali yang disosialisasikan melalui beberapa media, yaitu melalui kepala departemen yang mengikuti *morning briefing* yang kemudian memberitahukan kepada karyawannya, lalu ditegaskan kembali melalui grup WA.

Dalam melakukan FGD dan wawancara mendalam, peneliti mendapatkan umpan balik dari beberapa karyawan terkait program *Staff Outing* di tahun 2017. Umpan balik yang disampaikan mencakup hal yang mereka sukai dari, hal yang kurang, dan saran mereka untuk program ini. Sebagian besar informan memiliki kesamaan dalam hal yang mereka sukai, yaitu kebersamaan dengan karyawan lain. Kemudian, temuan data dilanjutkan dengan hal yang dirasa oleh mereka kurang. Menurut Damai dan Henny, durasi diadakannya *Staff Outing* kurang lama. Sedangkan Dini menjelaskan hal yang berbeda, menurut beliau tidak semua karyawan Rich Palace dapat mengikuti keseluruhan rangkaian kegiatan ini. Di tengah acara berlangsung, ada beberapa karyawan, khususnya karyawan operasional, yang harus kembali ke hotel untuk melanjutkan pekerjaannya.

## Analisis dan Interpretasi

Pada analisis dan interpretasi data, peneliti akan menganalisis dengan membandingkan temuan data hasil observasi dan wawancara yang didapatkan dengan konsep-konsep yang digunakan. Peneliti melakukan evaluasi mengenai program *employee relations* Rich Palace Hotel Surabaya selama tahun 2017 dengan menggunakan sudut pandang dari peserta dan melakukan triangulasi dengan pelaksana program.

### **Staff Gathering**

*Staff Gathering* diadakan dengan tujuan untuk menggalang kebersamaan dan keakraban antara departemen satu dengan departemen lain, menciptakan hubungan yang baik dan erat antara pihak manajemen dengan karyawan di dalam perusahaan, serta memberikan *update* informasi. Konsep mengenai program *employee relations* diungkapkan oleh Ruslan, menurut Ruslan *Staff Gathering* masuk ke dalam kategori Program Acara Khusus. Program Acara Khusus merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan (Ruslan, 2005, p. 273).

Dalam pelaksanaan *Staff Gathering* selama ini, terdapat dua peserta yang mengungkapkan bahwa *General Manager* kurang bisa membaur dengan karyawannya. Alasan mereka mengatakan hal tersebut karena selama ini *General Manager* hanya datang saat hendak melakukan *speech* di depan karyawannya dan pada saat sesi memberikan penghargaan kepada *Employee of the Month*, sedangkan dalam kegiatan lainnya *General Manager* sama sekali tidak terlibat.

Melalui triangulasi yang dilakukan oleh peneliti, seharusnya porsi keterlibatan *General Manager* dalam *Staff Gathering* telah sesuai dengan rencana yang diadakan oleh pihak manajemen, hanya saja terdapat beberapa peserta yang menginginkan adanya interaksi lebih dengan *General Manager*. Namun, ternyata ditemukan pula hambatan lain seperti, yaitu perbedaan bahasa dan ketegangan karyawan. *General Manager* tidak dapat berbicara bahasa Indonesia dan di sisi lain cukup banyak pula karyawan yang tidak dapat menggunakan bahasa Inggris, sehingga ditakutkan adanya salah paham yang terjadi. Seperti yang diungkapkan

oleh Wursanto, perbedaan bahasa merupakan bagian dari hambatan semantik (2005, p. 171) yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi. Selain itu, yang menjadi alasan lain ialah supaya suasana yang ada di *Staff Gathering* tidak tegang karena dalam beberapa kesempatan, pelaksana program menemukan beberapa peserta terlihat kurang nyaman dengan kehadiran *General Manager*. Adanya ketegangan yang dirasakan oleh karyawan dapat dikaitkan dengan perbedaan bahasa tadi dan pola hirarki yang dimiliki, sehingga membuat semakin jarang interaksi yang terjalin.

Kendala kedua yang ditemukan ialah terkait keterlambatan peserta. Keterlambatan peserta dalam program ini berada pada angka yang cukup tinggi, yaitu 50%. Dengan adanya banyak karyawan yang datang terlambat dalam program, berarti karyawan tersebut tidak mengikuti alur program secara keseluruhan. Masalah keterlambatan sangat berkaitan dengan masalah kedisiplinan (Prasetyo, 2005, p. 1-2). Saari & Judge (2004) juga menyatakan bahwa perilaku penarikan (*withdrawal*) lain, termasuk *lateness, unionization, grievances, drug abuse, dan decision to retire* tampaknya juga berkaitan dengan ketidakpuasan. Oleh karena itu, disadari atau tidak, keterlambatan karyawan mengekspresikan perasaan negatif atau ketidakpuasan terhadap organisasi (Koslowsky, 2000).

Terkait durasi diadakannya *Staff Gathering*, Caroline sebagai salah seorang peserta mengungkapkan pendapatnya yang mewakili departemen *Accounting*. Caroline mengalami kesulitan pada jam diadakannya *Staff Gathering* karena pada waktu diadakannya *Staff Gathering* mereka sedang dalam proses tutup buku, sehingga ia berharap durasi dari *Staff Gathering* dapat dikurangi. Bagi karyawan yang berada pada departemen *Accounting*, mereka hanya bisa memilih dua pilihan, mereka mengikuti program *Staff Gathering* namun harus rela bekerja lembur atau tidak mengikuti program *Staff Gathering* sama sekali. Di sisi lain, peneliti melihat hal ini tidak menjadi masalah bagi karyawan lain.

Perbedaan persepsi yang dimiliki departemen *Accounting* dengan manajemen mengenai durasi diadakannya program *Staff Gathering*, jika tidak ditangani dapat menimbulkan dampak negatif, baik itu bagi hubungan mereka maupun opini negatif terhadap program yang ada. Persepsi yang dimiliki oleh karyawan, dapat membentuk opini pribadi yang sifatnya sangat personal mengenai program ini (Gani, 2014, *lspr.edu*). Nantinya opini yang terbentuk dapat bersifat mendukung, dan menentang atau berlawanan (Ruslan, 2005, p. 66). Sedangkan Clara sebagai pelaksana program tidak melihat hal tersebut sebagai sesuatu yang krusial. Padahal dalam pekerjaannya, seorang *Public Relations* harus memastikan untuk mendapatkan dukungan dari publiknya (Lattimore, dkk, 2010, p. 130) yang dalam hal ini ialah opini mendukung mengenai suatu program.

Permasalahan yang terakhir terletak pada asumsi pelaksana program pada kegiatan seminar. Dalam pelaksanaannya, *Staff Gathering* memiliki bentuk kegiatan berupa seminar yang dilakukan oleh pihak eksternal. Kegiatan seminar memang masih tergolong belum lama diselenggarakan. Pelaksana program berasumsi jika seminar diadakan setiap bulannya, ia khawatir bahwa karyawan



akan merasa bosan, sedangkan banyak peserta yang sangat mendukung adanya seminar ini bahkan memberi masukan supaya pembicara dari luar dapat dipertahankan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi bosan adalah “sudah tidak suka lagi karena sudah terlalu sering atau banyak”. Konsep tersebut memang sesuai dengan asumsi yang dimiliki pelaksana program, namun dalam hal ini asumsi tidak dapat diterapkan, perlu adanya komunikasi dua arah yang dilakukan oleh *Public Relations* berupa evaluasi. Dengan adanya evaluasi, akan memungkinkan pelaksana untuk mengetahui opini sesungguhnya dari peserta yang mengikuti program selama ini yang sekaligus dapat menjadi riset untuk kegiatan selanjutnya, bukan berdasarkan asumsi saja.

### ***Employee of the Month***

Dalam pemilihan *Employee of the Month*, terdapat beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang harus dipenuhi oleh karyawan, yaitu *performance* kerja, ketertiban, dan kedisiplinan. Selain itu, untuk masuk ke dalam nominasi, mereka juga tidak boleh tercatat mendapatkan *warning* atau Surat Peringatan (SP), kinerja yang baik tetapi sering telat juga secara otomatis akan gugur.

Kurang *detailnya* penilaian yang dilakukan oleh Rich Palace, membuat salah seorang informan berharap supaya kriteria untuk menjadi *Employee of the Month* bisa dibuat lebih *detail*. *Detail* yang dimaksud adalah tidak hanya berdasarkan kinerja yang dinilai oleh kepala departemen saja, melainkan juga dari bagaimana hubungan karyawan tersebut dengan departemen lain yang dapat diketahui dari karyawan lainnya. Sedangkan pihak manajemen merasa semua indikator sudah cukup jelas dan *detail*. Menurut pihak manajemen, jika dalam perencanaan program banyak karyawan yang terlibat, maka akan semakin sulit pula untuk melakukan penentuan, serta jangka waktu pemilihan pun akan semakin panjang.

Selain itu, dalam penelitian ini, empat dari delapan peserta pernah mendapatkan penghargaan *Employee of the Month*. Tujuan diadakannya program ini ialah untuk memberikan penghargaan yang diharapkan dapat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik. Namun dalam penelitian ini, peneliti menemukan tiga dari empat peserta yang mendapatkan penghargaan *Employee of the Month* merasa biasa saja dalam artian tidak ada motivasi yang dirasakan. Padahal dalam konsepnya, pemberian *reward* merupakan upaya pemimpin dalam memberikan balas jasa atas hasil kerja pegawai, sehingga dapat mendorong bekerja lebih giat dan berpotensi (Ilmania, 2015, p. 15).

Mereka memiliki ekspektasi lebih terhadap *reward* yang diberikan oleh perusahaan terhadap kinerja yang selama ini telah dilakukan. Menurut Higgins, hingga saat ini, uang masih menjadi hal yang dapat memotivasi karyawan. Uang dapat memotivasi sebagian besar karyawan untuk tampil pada tingkat yang memuaskan dan banyak yang melakukan di tingkat yang lebih tinggi, tentunya ketika digunakan dengan benar (Higgins, 1982, p. 68).

Sebagai praktisi *Public Relations* yang melaksanakan program *employee relations*, Clara memiliki tugas untuk menyalurkan keluhan yang dimiliki oleh

karyawan dengan pihak manajemen yang dalam hal ini ialah ketidakpuasan mereka terhadap *reward* yang diberikan. *Public Relations* dituntut untuk dapat menjadi corong informasi dari para karyawan kepada pihak perusahaan (Ruslan 2005, p. 270). Disamping itu pihak Humas seharusnya mampu mempertemukan atau menyampaikan tujuan dan keinginan-keinginan dari pihak karyawan kepada perusahaan (p. 270). Dengan disampaikannya keluhan tersebut, Clara dan pihak manajemen dapat berdiskusi untuk mencari jalan tengahnya sehingga akan tercipta kesepahaman dan program dapat berjalan sesuai dengan tujuannya.

### **Staff Outing**

Program *Staff Outing* merupakan program yang diadakan satu tahun sekali di luar kota oleh Rich Palace Hotel Surabaya. Program ini bertujuan untuk menciptakan *team building* yang kuat melalui permainan-permainan yang menyenangkan. Semua kegiatan tersebut berfungsi untuk *refreshing* sekaligus lebih mendekatkan hubungan antar sesama karyawan. Seperti halnya dengan *Staff Gathering*, *Staff Outing* juga masuk ke dalam program *employee relations* dengan kategori Program Acara Khusus. Program Acara Khusus merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan (Ruslan, 2005, p. 274).

*Staff Outing* merupakan salah satu program *employee relations* yang mendapatkan respon positif dari banyak peserta. Menurut sebagian besar peserta, program yang diselenggarakan satu tahun sekali ini dirasa kurang, baik itu secara durasi maupun frekuensi. Namun, melihat bahwa hotel merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa dan beroperasi selama 24 jam, tidak mudah untuk meninggalkan hotel yang memiliki sistem operasional. Sedangkan mengenai frekuensi program, memang sebelumnya sempat ada pembicaraan yang dilakukan oleh praktisi *Public Relations* dengan pihak manajemen untuk mengadakan *Staff Outing* ini menjadi dua kali setahun, namun masih belum ada kepastian terkait hal tersebut.

Kemudian, dalam pelaksanaan *Staff Outing*, peneliti mendapatkan informasi dari salah seorang peserta bahwa tidak semua karyawan Rich Palace dapat mengikuti keseluruhan rangkaian kegiatan ini. Di tengah-tengah acara berlangsung, ada beberapa karyawan, khususnya karyawan operasional, yang harus kembali ke Surabaya untuk melanjutkan pekerjaannya. Clara selaku pemimpin dari pelaksana program memastikan di *Staff Outing* 2017 tidak ada yang meninggalkan acara. Namun, pada kenyataannya memang benar adanya bahwa ada enam peserta yang harus kembali ke hotel karena adanya tuntutan pekerjaan. Hanya saja keenam peserta tersebut berada pada *shift* dua, dimana Clara saat itu mengikuti *shift* yang pertama. Hal itulah yang menjadi penyebab ketidaktahuan praktisi *Public Relations* mengenai kendala itu.

Ketidaktahuan praktisi *Public Relations* mengenai keenam peserta yang tidak mengikuti *Staff Outing* secara keseluruhan merupakan hal yang tidak seharusnya terjadi meskipun pada saat itu memang bukan terjadi di *shift* nya. Menurut Cutlip dan Center (dalam Broom, 2009, p. 58), praktisi *Public Relations* memegang

tanggung jawab penuh dalam implementasi program yang telah dirancangnya itu. Sebagai pelaksana program, tentunya harus mengetahui proses berjalannya kedua *shift* tersebut dan mengetahui permasalahan yang terjadi.

## Simpulan

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan program *employee relations* yang dijalankan oleh Rich Palace Hotel Surabaya telah berjalan dengan cukup baik, namun disertai dengan berbagai kendala. Program *Staff Gathering* merupakan acara berkumpul yang bertujuan untuk menggalang kebersamaan dan keakraban antara departemen satu dengan departemen lain, menciptakan hubungan yang baik dan erat antara pihak manajemen dengan karyawan di dalam perusahaan, serta memberikan *update* informasi. Tujuan dari program ini telah tercapai, namun terdapat beberapa kendala yang ditemukan melalui umpan balik yang diberikan oleh peserta, yaitu minimnya keterlibatan *General Manager*, keterlambatan peserta, perbedaan persepsi mengenai durasi waktu antar departemen, dan adanya asumsi dari praktisi *Public Relations* yang ternyata tidak sesuai dengan keinginan dari peserta.

Kemudian untuk program *Employee of the Month*, program ini memiliki tujuan untuk memberikan apresiasi kepada karyawan serta berharap mereka dapat termotivasi dan kemudian dapat bekerja lebih baik lagi. Namun, peneliti menemukan bahwa sebagian besar peserta hanya sekedar tahu terhadap tujuan ini, mereka tidak merasakan motivasi tertentu bahkan setelah mereka menerima *reward* tersebut, yang akhirnya melalui evaluasi ini peneliti dapat mengetahui penyebabnya. Ketidakpuasan karyawan terhadap *reward* yang diberikan merupakan jawabannya. Selain itu, ada pula persoalan antara peserta dengan praktisi *Public Relations* mengenai kriteria *Employee of the Month* yang dirasa kurang *detail*.

*Staff Outing* merupakan program yang mendapatkan banyak respon positif dari para karyawan. Tujuan diadakannya program ini telah tercapai, yaitu untuk menciptakan *team building* yang kuat, *refreshing*, sekaligus mendekatkan hubungan antar sesama karyawan. Hanya saja peneliti menemukan masalah ketidakikutan peserta secara penuh dalam program karena pekerjaan yang tidak diketahui oleh HRD selaku pelaksana program *employee relations*.

## Daftar Referensi

- Broom, G. M. *Cutlip & Center's Effective Public Relations*. Tenth Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Darjono, F.Y. (2016). *Evaluasi Program Employee Relations Toyota Asri Motor 2015*. (TA No. 10011204/KOM/2016). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Effendi, Z. (2016, January 21). *Jumlah Hotel di Surabaya Terus Bertambah*. Retrieved January 15, 2018 from <http://news.detik.com/berita-jawa-timur/3123819/2016-jumlah-hotel-di-surabaya-terus-bertambah>.

- Ermawaty, E. (2011). *Evaluasi Kegiatan Employee Relations Dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Inna Garuda Yogyakarta*. Unpublished undergraduate thesis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Yogyakarta. Retrieved January 15, 2018, from: <http://repository.upnyk.ac.id/1305/1/SKRIPSI.pdf>.
- Gani, P.K. (2014, October 24). *Lspr.edu*. Memahami Opini Publik. Retrieved June 7, 2018 from <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/memahami-opini-publik-2/>.
- Higgins, J. M. (1982). *Human Relations: Concepts and Skills*. New York: Random House, Inc.
- Ilmania, N. (2015). *Pengaruh Reward Kepala Madrasah Terhadap Motivasi Kerja Pendidik dan Tenaga Kependidikan Di Madrasah Tsanawiyah Wachid Hasyim Surabaya*. Unpublished undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya. Retrieved May 30, 2018, from: <http://digilib.uinsby.ac.id/3946/>.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lattimore, dkk. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moore, F. (2002). *Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah*. Bandung: PT Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ningsih, S.L.Y., Lestari, P., Arif, E. (2009, May). Strategi Employee Relations Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Dan Citra Pada PT Kereta Api (Persero). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 162-170. Retrieved January 15, 2018, from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/19/19>.
- Prasetyo, B. (2005). *Pengaruh Tingkat Absensi Dan Keterlambatan Jam Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Perusahaan Meubel Sumber Abadi Di Langenharjo Grogol Sukoharjo*. Unpublished undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah, Surakarta. Retrieved May 30, from: <http://eprints.ums.ac.id/27849>.
- Rumanti, M.A. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Edisi ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Saari, L.M. & Judge, T.A. (2004). Work Attitudes And Job Satisfactions. *Wiley Periodical Human Resources Management*, 43(4), 395-407. Retrieved June 7, 2018, from <http://utm.edu/staff/mikem/documents/jobsatisfaction.pdf>.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Suhandang, K. (2004). *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Wursanto, I. (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.