

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Analisis data adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah data yang telah diperoleh peneliti dari informan maupun dari lapangan. Analisis data juga bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang telah diperoleh. Analisis data ini sudah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan pengumpulan data. Peneliti telah menemukan fakta- fakta yang dilakukan komunikasi *Public Relations* CV. Amanah Barokah Jaya yang digunakan untuk mempengaruhi karyawan pada kebijakan perusahaan pada kasus kenaikan UMK. Dari hasil wawancara maupun dokumentasi yang dilakukan peneliti selama meneliti di CV. Amanah Barokah Jaya, menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut :

1. Saling pengertian yang mempermudah kegiatan komunikasi

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang scaffolding, hubungan baik dengan public internal sangat dibutuhkan, karena tanpa karyawan perusahaan tidak akan berjalan dengan baik karena hal ini dapat mempengaruhi proses kerja di dalamnya.

Disini, komunikasi *Public Relations* adalah menjadikan orang menyadari bahwa apa yang perusahaan tersebut hasilkan (barang dan jasa) serta membantu bisnis tersebut berkomunikasi dengan pihak- pihak yang memiliki kepentingan di dalamnya, misalnya pemilik, karyawan, konsumen, dan masyarakat serta membantu perusahaan untuk membangun suatu citra guna mendapatkan kepercayaan dari karyawan dan lingkungannya.

Sikap dan perilaku seorang *Public Relations* dalam proses pembentukan opini publik yang bertujuan untuk ikut serta dalam membangun hubungan yang baik dan image perusahaan menjadi lebih baik di mata masyarakat yang berusaha mempengaruhi agar tercapai kesepakatan bersama guna meningkatkan etos kerja perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya.

Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya membantu mencari solusi dalam penyelesaian kenaikan upah karyawan. Disini karyawan hanya bertindak pasif untuk menerima dan mempercayai apa yang telah disarankan oleh seorang *Public Relations* dalam memecahkan dan mengatasi kenaikan upah karyawan yang tengah dihadapi oleh perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya. Perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya membuat kebijakan

terkait dengan kenaikan upah karyawan bahwa karyawan juga harus mengerti bukan hanya menuntut upah saja tetapi juga meningkatkan produktivitas mereka. Oleh sebab itu perusahaan menambahkan jam kerja karyawan.

Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya juga memberikan masukan ataupun nasihat kepada pimpinan perusahaan demi kepentingan umum. Menjadi seorang *Public Relations* membutuhkan kerja keras untuk menjadikan perusahaan lebih maju dalam membangun komunikasi yang baik.

2. Sebagai komunikasi dan informasi

Peran *Public Relations* yang bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu perusahaan untuk mendengar apa yang diinginkan karyawan, dapat dikatakan bahwa peneliti melihat apa yang dilakukan *Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya* di dalam memerankan diri sebagai komunikator adalah yang banyak berhubungan dengan publik dalam penyampaian informasi mengenai perusahaan dan harapan perusahaan sehingga saling tercapai pengertian, kepercayaan dengan publik internal khususnya.

Komunikasi timbal balik yang terjadi antara karyawan dengan pimpinan perusahaan bertujuan supaya karyawan mempunyai pengertian yang benar terhadap

perusahaan serta untuk menanamkan citra positif perusahaan di benak karyawan.

Penilaian karyawan dalam *Public Relations* dirumuskan dan dinyatakan melalui suatu proses yang terdiri dari bagian yang ditanggapi secara konsisten. Oleh karena struktur atau lembaga- lembaga terdiri dari individu- individu yang terlibat.

Public Relations memang sebagai ujung tombak dari perusahaan serta mempunyai komunikasi yang sangat penting untuk dapat menjaga hubungan yang baik dengan public internal dengan kegiatan layanan public yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan hubungan yang baik. Pimpinan CV. Amanah Barokah Jaya juga ikut menyarankan kepada para karyawan agar terbuka untuk menyampaikan pendapat ataupun masalah yang ada. Dengan komunikasi dua arah perbedaan ide ataupun pendapat dapat terpecahkan dengan memiliki latarbelakang pemikiran yang disampaikan sehingga pimpinan pun dapat memiliki pemikiran yang sama.

3. Sebagai pemecahan masalah

Konsekuensi perusahaan ketika menaikkan upah karyawan yaitu diperlukan tambahan biaya ekstra yang dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Sehingga disini

perusahaan masih bersaing untuk dapat menjadi perusahaan yang maju, untuk dapat menaikkan upah karyawan. Sehingga hubungan dengan karyawan tetap harmonis agar karyawan juga tidak menghabiskan waktunya untuk melakukan demo atau mogok kerja atau protes dengan standart gaji yang diinginkan.

Dengan menyediakan informasi yang selengkap-lengkapnyanya dan sejelas- jelasnya sehubungan dengan kondisi perusahaan kepada karyawan, agar ikut serta membantu memecahkan masalah bersama yang sesuai demi meningkatkan kenyamanan public internal khususnya.

Selain itu *Public Relations* menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi baik lisan maupun tulis dan gambaran kepada karyawan supaya karyawan mempunyai pengertian yang benar tentang perusahaan, tujuan, serta kebijakan yang ditetapkan.

Ketika upah minimum sudah dinaikkan maka kebijakan perusahaan juga ditetapkan. Sehingga perusahaan menambahkan jam kerja sebagai solusinya sehingga perusahaan scaffolding ini tetap meningkat.

Kenaikan upah karyawan akan meningkatkan semangat kerja para karyawan untuk terus meningkatkan kinerja di perusahaan. Karena pemberian upah yang layak

juga akan meningkatkan kualitas hidup karyawan secara pribadi. Maka secara tidak langsung karyawan akan berusaha untuk tetap bertahan bekerja di perusahaan tersebut.

Public Relations juga merupakan jembatan penghubung antara pimpinan perusahaan dengan publiknya baik publik intern maupun eksterennya. Jembatan penghubung yang menerjemahkan bahasa pimpinan perusahaan ke dalam bahasa publik (karyawan) dan sebaliknya, sehingga terjadi suatu pengertian yang dapat memperlancar jalannya perusahaan dalam hal mencapai tujuan ditengah-tengah masyarakat.

Dari penjelasan diatas sangat jelas sekali bahwa *Public Relations* memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan. Dimana *Public Relations* bukan saja sebagai komunikator yang baik tetapi juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Berdasarkan data penelitian yang tersaji pada bab sebelumnya mengenai kenaikan UMK agar karyawan tetap konsekuen dalam kebijakan perusahaan. Dalam menjalankan komunikasinya, *Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya* melakukan langkah- langkah untuk berinteraksi terhadap karyawan dalam kebijakan perusahaan. Berdasarkan hasil temuan data dan fakta di lapangan dalam penelitian *Public Relations* dan kebijakan korporasi ketika peneliti konfirmasikan dengan Teori Behavior yang dijadikan acuan, ternyata memiliki keterkaitan.

Komunikasi *Public Relations* adalah menjadikan orang menyadari bahwa apa yang perusahaan tersebut hasilkan (barang dan jasa) serta membantu bisnis tersebut berkomunikasi dengan pihak- pihak yang memiliki kepentingan di dalamnya, misalnya pemilik, karyawan, konsumen dan masyarakat serta membantu perusahaan untuk membangun citra guna mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari konsumen dan lingkungannya.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang scaffolding, karyawan sangat berpengaruh dan sangat dibutuhkan dalam kemajuan perusahaan, dengan adanya

karyawan yang peduli dengan perusahaan dapat mempengaruhi proses kerja di dalamnya.

Disini peneliti mencoba untuk membahas tentang komunikasi *Public Relations*, berupa sikap dan perilaku seorang *Public Relations* dalam proses pembentukan opini public yang bertujuan untuk ikut serta dalam membangun image perusahaan menjadi lebih baik dimata publik yang erat kaitannya dengan penggunaan teori tingkah laku sosial yang keseluruhannya berhubungan dengan publik guna meningkatkan etos kerja di perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya.

Salah satu bentuk teori Behavior ialah penggunaan pengetahuan, bahwa manusia dalam menghadapi suatu usul/ ide baru ataupun saran baru selalu akan memperhitungkan terlebih dahulu : apakah untung- ruginya apabila saran ditolak/ diterima. Komunikator selalu akan mengevaluasi dan memperhitungkan penerimaan atau penolakan suatu ide dari unsure harapan akan manfaat. Selain itu diperhitungkan pula, apakah pengeluaran yang dikerahkannya tidak lebih besar dari masukan yang diterimanya yaitu sebagai hasil total masukan dikurangi harapan akan manfaat masukan.

Public Relations sebagai komunikator yaitu adalah mengkomunikasikan tentang kebijakan perusahaan serta

program kerja yang dalam teori Behavior Homans, *Public Relations* mengatur system komunikasi internal dan eksternal yang dapat dikemukakan oleh Homans terdiri dari tiga elemen, yaitu kegiatan, interaksi dan perasaan. Teori Homans mendukung perbedaan antara komunikasi proses (*internal system*) dan komunikasi tugas (*eksternal system*)¹. Penilaian karyawan dalam *Public Relations* dirumuskan dan dinyatakan melalui suatu proses yang terdiri dari bagian yang ditanggapi secara konsisten. Oleh karena itu struktur atau lembaga- lembaga terdiri dari individu- individu yang terlibat dalam proses pertukaran barang baik berwujud materi maupun non materi.

Sedangkan sebagai meditor, *Public Relations* dapat membina hubungan yang baik dengan karyawan dengan menerima tuntutan kenaikan upah agar tetap tercipta hubungan yang baik dengan public internal khususnya. Dengan demikian dalam komunikasi internal dan eksternal dapat dipenuhi oleh komunikasi *Public Relations* yang melibatkan seluruh public baik internal maupun eksternal, komunikasi dengan karyawan dan melibatkan perasaan yang harmonis di dalamnya.

¹ Alvin A. Goldberg, Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok Proses- Proses Diskusi dan Penerapannya*, (Jakarta: UI- Press, 1985), hal 56

Keutamaan dari kinerja *Public Relations* terdiri dari pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dalam hal soal individu dan tindakan mana yang berhubungan dengan teori yang dikemukakan oleh George C Homans tentang tingkah laku sosial. Pengertian dapat dijalankan melalui interaksi yang intensif antara *Public Relations* dengan karyawan, melibatkan semua unsure dalam komunikasi yang efektif sehingga dapat menjaring kemauan dan keinginan dari masyarakat konsumen. Sedangkan sebagai mediator, *Public Relations* dapat membina hubungan yang baik dengan karyawan dengan mengadakan acara bersama dengan karyawan non formal. Dengan demikian ketiga elemen dalam komunikasi internal dan eksternal menurut Homans dapat dipenuhi oleh komunikasi *Public Relations* yang melibatkan seluruh kegiatan baik internal maupun eksternal, interaksi dengan karyawan dan melibatkan perasaan yang harmonis didalamnya.

Berdasarkan penjelasan tentang keutamaan tersebut yang mana mampu membesarkan nama perusahaan di mata public serta mengangkat citra perusahaan peneliti dapat menyimpulkan bahwa kinerja *Public Relations* dalam konteksnya mampu memberikan motivasi yang bersifat

membangun dan juga dalam kegiatan yang mengedepankan sikap dan perilaku dengan teori Behavior yang didukung oleh teori komunikasi efektif yang secara aktif mampu memberikan perhatian terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Menurut George C. Homans informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya dan Public Relations sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari public internal melalui rangsangan atau stimulasi yang dapat diibaratkan pada karyawan CV. Amanah Barokah Jaya yang menginginkan adanya kenaikan upah minimum. Tidak dapat dipungkiri bahwa karyawan menginginkan kenaikan upah karena kebutuhan yang terus meningkat dan penghasilan yang tidak mencukupi, begitu pula perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya tidak ingin merasakan hubungan yang tidak harmonis dengan karyawannya dan selanjutnya meningkatkan keuntungan perusahaan dengan menambahkan jam kerjanya.

Oleh sebab itu dalam prakteknya *Public Relations* harus dapat menciptakan citra yang baik dihadapan public internal maupun public eksternal agar tetap merasa nyaman dan tetap bekerja di perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya.

Dalam teori Behavior menjelaskan kebanyakan orang mengabaikan ide, opini, atau sudut- pandang sekalipun diketahuinya betul bila hal- hal tersebut mempengaruhi hasrat atau rasa takut, harapan dan aspirasi pribadinya. Kaitannya dalam hal ini perilaku Public Relations dalam menyampaikan pesan harus disusun dengan memperlihatkan kepentingan khalayak.

Kegiatan karyawan akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pola- pola interaksi dan perasaan- perasaan. Interaksi akan mempengaruhi karyawan dan dipengaruhi oleh kegiatan dan perasaan, dan perasaan akan berhubungan timbale balik dengan kegiatan dan interaksi.

Kegiatan, interaksi dan perasaan tertentu ini dilihat sebagai system eksternal. Dan mereka yang mengembangkan atau memperluas kegiatan, interaksi dan perasaannya minimal untuk bertahan. Kegiatan, interaksi, dan perasaan tambahan ini dilihat sebagai system internal.

Seorang *Public Relations* dalam berinteraksi dengan karyawan harus secara maksimal dan efektif, tampil dengan kemampuan simbolik, apa yang diungkapkan kepada karyawan sebagai pribadi bagaimanapun harus sesuai

(bentuk perilaku yang baik) dengan apa yang mereka sampaikan.

Selanjutnya kejelasan yang dapat diberikan oleh *Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya* harus jelas dan tidak membingungkan bagi karyawan, agar tidak memungkinkan munculnya berbagai interpretasi. Karena itu perusahaan *CV. Amanah Barokah Jaya* akan tetap mendapatkan kepercayaan dan mendapatkan respon yang baik dari karyawannya.

Hal ini tentunya didukung oleh pertimbangan akan manfaat yang diperoleh *Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya* akan manajemen perusahaan yang baik, kepedulian terhadap karyawan akan nilai-nilai dalam kehidupan yang jarang dimiliki oleh manajemen perusahaan lainnya.

Semua itu sepenuhnya tergantung pada bagaimana komunikasi *Public Relations CV. Amanah Barokah Jaya* sebagai komunikator untuk tetap menjaga hubungan yang baik dengan public internal dengan cara tetap memenuhi tuntutan karyawan demi kemajuan perusahaan tersebut. Disamping itu, tujuan *Public Relations* yang lebih luas adalah dapat terciptanya opini publik yang menguntungkan

bagi perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya dengan memenuhi tuntutan karyawan maka *Public Relations* dapat membentuk dan mempertahankan publik internal dalam memperlancar tujuan organisasi.

Komunikasi aktif *Public Relations* sangatlah krusial karena baik buruknya sebuah perusahaan akan tergantung bagaimana komunikasi dan perilaku yang ditunjukkan oleh *Public Relations* tersebut. Karena dalam hal ini *Public Relations* merupakan komunikasi yang harus menumbuhkan dan menjaga citra baik perusahaan. Agar komunikasi *Public Relations* efektif setiap individu dalam organisasi baik dalam pimpinan maupun karyawan harus berfungsi sebagai *Public Relations* individual (*individual Public Relations*). Fungsi *Public Relations* hanya akan efektif apabila pimpinan memiliki komitmen nyata, dan tiap individu memelihara citra baik perusahaan dengan berperan sebagai individual *Public Relations*.

Dalam menganalisa komunikasi *Public Relations* antara teori dan prakteknya pada bagian *Public Relations* perusahaan CV. Amanah Barokah jaya semua pelaksanaan kerja sudah berjalan dengan baik, karena semua hal yang menjadi peran *Public Relations* baik internal maupun eksternal telah sesuai.

Komunikasi *Public Relations* pada suatu perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya tidak banyak berbeda dengan komunikasi *Public Relations* pada perusahaan lain, walaupun pada dasarnya kegiatan *Public Relations* lebih banyak untuk membina hubungan yang baik dengan karyawan.

Peranan *Public Relations* sebagai mediator juga sangat dibutuhkan sebagai wadah yang menjembatani kedua belah pihak dalam hal ini yang berkepentingan dengan perusahaan. Agar opini dan pandangan public internal maupun public eksternal terhadap perusahaan selalu bernuansa positif.