

---

# STRATEGI *EMPLOYEE RELATIONS* UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DAN CITRA PADA PT KERETA API (PERSERO)

Sri Limanti Yuniarti Ningsih / Puji Lestari / Edwi Arif S  
Jurusan Ilmu Komunikasi FISI PUPN “Veteran” Yogyakarta  
Jl. Babarsari No.2 Tambakbayan Yogyakarta  
Telp: 085643666765 / e-mail: [limanti88@yahoo.com](mailto:limanti88@yahoo.com)

## **Abstract**

*PT Kereta Api (Persero) is a state-owned company engages in the ground transportation service. To maintain the existence and compete with other transport services is required to provide optimum service to the community as the train service users to be satisfied with the services provided by doing a variety of efforts to improve the quality of service for rail service users through various strategies. One of them is an employee relations strategy to improve employee performance and company image, because the employees are the spearhead of a company that have an important role for the progress of the company.*

*This study aims to determine the program or employee relations activities organized by public relations to improve employee performance and image of the PT Kereta Api (Persero), to see the strategy and planning of public relations and employee relations programs especially to improve employee performance and company image, to know the media used and the constraints in the implementation of employee relations programs.*

*The method used in this study is a descriptive qualitative research, it is conducted by collecting factual information that describes existing phenomena, and then identified in order to get a description that can be evaluated. Formulation data with interviews conducted with resource persons, observation and literature study.*

*Based on the research conducted, it can be seen employee relations strategies that run on PT Kereta Api (Persero) is divided into programs that consist of various activities, including program management and development of quality human resources, employee welfare programs, socialization programs corporate culture, achievement motivation programs, special events programs, and internal communications media programs. The results from studies show that employee relations strategies in the PT Kereta Api (Persero) have been regarded as fairly successful run because it gives a fairly good response from the employee, be accepted by the employee and the employee has been satisfied with the various activities organized by public relations at PT Kereta Api (Persero). Public Relations of PT Kereta Api (Persero) play a role in establishing and maintaining good relations and mutual understanding between the company and public so that can create a positive image of the company. For that reasons employee relations should be established well in order to provide satisfactory service to customers. The most important element in employee relations is communication employees.*

**Key words** : *employee relations, company image, employee performance*

## **Pendahuluan**

Globalisasi yang terjadi sekarang ini telah memberikan dampak yang signifikan bagi ke-

langsungan hidup organisasi. Globalisasi telah menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan yang begitu cepat di dalam bisnis yang menuntut

organisasi untuk dapat menjaga stabilitas dan terus berkembang ke arah yang lebih baik. Selain itu, organisasi juga harus mampu melakukan perubahan arah dengan cepat dan memusatkan perhatiannya kepada konsumen.

Dalam dunia usaha yang sangat kompetitif, keberhasilan dapat dicapai oleh perusahaan yang menyadari bahwa konsumen adalah modal usaha yang paling penting. Kesadaran akan pentingnya konsumen telah menjadi kekuatan penggerak perusahaan. Pelayanan yang bermutu kepada konsumen oleh perusahaan akan membawa dampak tumbuhnya kepercayaan konsumen kepada perusahaan tersebut. Kepercayaan akan terbentuk jika secara internal pengelolaan sebuah perusahaan mampu mengarahkan dan menghasilkan sumber daya manusia terpercaya yang mempunyai kemampuan tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik.

Untuk memberikan pelayanan terbaik tersebut, yang perlu dilakukan perusahaan adalah memberdayakan kinerja karyawan, sumber daya manusia atau tenaga kerja yang berkualitas dan profesional dibidangnya. Apabila semua karyawan pada sebuah perusahaan sudah diberdayakan dengan baik, artinya karyawan bekerja sesuai bidangnya masing-masing diberikan fasilitas dan kesejahteraan yang terjamin, tentunya secara tidak langsung karyawan akan memberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan. Dan tidak dipungkiri lagi pelanggan tidak akan mengeluh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Begitu juga dengan PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta yang merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) bergerak di bidang jasa transportasi darat, dituntut untuk memberikan pelayanan yang seoptimal mungkin kepada masyarakat pengguna jasa kereta api agar merasa puas atas pelayanan yang diberikan dengan melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas pelayanan bagi pengguna jasa kereta api melalui berbagai strategi, sebab faktor kepuasan sangat berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan, dalam hal ini kepuasan masyarakat pengguna jasa kereta api merupakan tolok ukur bagi PT Kereta Api (Persero) bahwa usaha peningkatan pelayanan yang dilakukan selama ini tidak sia-sia dan menjadikannya suatu

perusahaan yang sangat sehat.

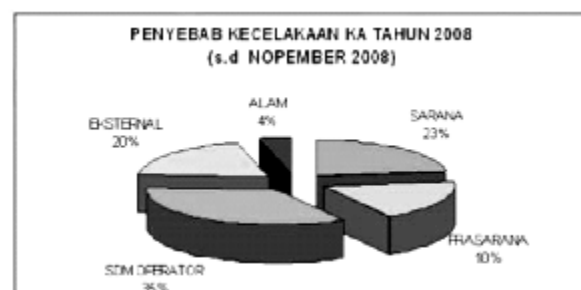
Namun pada kenyataannya PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta masih belum bisa memenuhi apa yang menjadi harapan pelanggan. PT Kereta Api (Persero) masih banyak mendapatkan kritikan dari konsumen atau pengguna jasa kereta api terutama mengenai kualitas pelayanan, seperti kurang ramahnya sikap petugas loket pada saat melayani pembelian tiket, kurang ramahnya petugas Restorka (Restoran Kereta Api) saat melayani penumpang diatas kereta, pelayanan yang sangat minim dengan kurang bersihnya dan ketidaknyamanan diatas kereta, serta masalah yang dari dulu sampai sekarang terjadi yakni masih ada keterlambatan keberangkatan dan kecelakaan kereta yang hampir setiap tahun terjadi. Tentu masalah tersebut menimbulkan pengaruh negatif yaitu citra perusahaan menurun dimata masyarakat pengguna jasa kereta api sebagai target sasaran perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat pada "Statistika Data Kecelakaan Kereta Api Berdasarkan Data Tahun 2008" sebagai berikut:

Tabel 1

Jenis Kecelakaan /Kejadian Antara 2004-2008	DATA KECELAKAAN KERETA API				
	TAHUN				
JENIS KEJADIAN	2004	2005	2006	2007	2008*
Tabrakan KA - KA	7	10	5	3	3
Tabrakan KA - Ranmor	30	15	24	20	19
Anjlog	91	66	73	117	95
Total	128	91	102	140	117

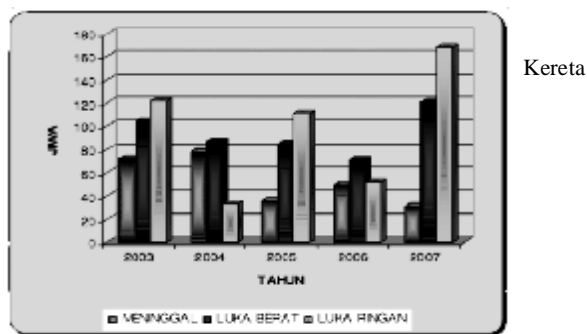
\*REAL KAPAS-ORBITON 2008

Tabel 2 Grafik Kecelakaan Kereta



Salah satu contoh berita yang menampilkan citra buruk PT Kereta Api (Persero) yang dapat dicermati pada petikan berita dan surat pembaca

Tabel 3 Grafik Kecelakaan Kereta Api



Sumber: Direktorat Jenderal Perkeretaapian Departemen Perhubungan Republik Indonesia (<http://perkeretaapian.dephub.go.id/index.php>)

berikut:

“Mengecewakan itulah kata yang paling tepat untuk pelayanan PT KAI terhadap konsumennya. Dari hari ke hari pelayanannya tidak bertambah baik tetapi malah semakin memburuk. Dulu untuk KA sekelas Eksekutif para pengasong tidak dapat naik ke gerbong penumpang untuk menawarkan dagangannya. Tetapi saya terkejut ketika naik KA Eksekutif Gajayana dan berhenti di Stasiun Purwokerto para pengasong semua naik ke gerbong penumpang. Tentunya hal tersebut sangat mengganggu istirahat penumpang, dikarenakan mereka mau membayar tiket lebih mahal dibanding dengan tiket KA kelas Bisnis bertujuan untuk mencari kenyamanan dan beristirahat” (<http://dinoyudha.wordpress.com>).

“Praktik percaloan tiket kereta api di Stasiun Tugu Yogyakarta masih marak terjadi. Anehnya, praktik jual beli tiket kereta api ilegal itu dilakukan secara terbuka. Para calo berkeliaran bebas di halaman, tempat parkir dan depan kantor reservasi tiket Stasiun Tugu. Ini menunjukkan ketidakkonsistenan janji PT Kereta Api terkait pemberantasan calo. Ketidamampuan konsumen menjangkau ke dalam manajemen PT Kereta Api membuat praktik percaloan semakin subur” (Seputar Indonesia, 14 Des 2009, hal 16)

“Prameks makin lambat sekarang. Kalo sebelumnya pukul 07.45 sudah sampai

stasiun Lempuyangan, sekarang pukul 08.15. banyak karyawan yang telat kantor. Bagaimana dengan servismu PT KA?” (Suara Pembaca, Jawa Pos, 10 Des 2009, hal 4)

Menyikapi masalah yang terkait dengan pelayanan, PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta melakukan berbagai upaya salah satunya adalah strategi *employee relations* untuk meningkatkan kinerja karyawan dan citra perusahaan, baik dilingkungan kantor maupun karyawan yang berada di stasiun mulai dari petugas parkir sampai awak kereta api. Karyawan tersebut sebagai ujung tombak perusahaan yang memiliki peran penting bagi kemajuan perusahaan. Persaingan antar perusahaan penyedia layanan jasa transportasi tidak lagi sebatas pada bagaimana mendapatkan dan mempertahankan *customer* selaku pihak eksternal serta mendapatkan keuntungan yang besar namun juga dapat mempertahankan karyawan selaku pihak internal perusahaan.

### Kerangka Pemikiran *Employee Relations*

Karyawan di dalam perusahaan merupakan aset yang sangat penting dalam dunia *public relations* dikenal dengan hubungan masyarakat internal (*employee relations*) yaitu publik yang terdiri dari para pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha perusahaan itu sendiri

*Employee relations* (hubungan kepegawaian) dapat juga disebut publik internal, dapat juga disebut hubungan masyarakat internal adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas, baik fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya (Ruslan, 2002 : 279)

Dalam suatu organisasi, penting bagi setiap perusahaan untuk memahami tentang pentingnya strategi *employee relations*, karena untuk mencapai tujuan perusahaan, sebuah organisasi/perusahaan haruslah mampu menciptakan iklim kinerja perusahaan yang baik. Salah satu cara untuk mewujudkan hal itu adalah dengan jalan membangun sebuah komunikasi yang baik, antara

pimpinan karyawan/ antarkaryawan perusahaan, salah satunya dengan menerapkan strategi *employee relations*.

Maksud dan tujuan kegiatan komunikasi hubungan masyarakat internal yang dilaksanakan oleh humas melalui kegiatan *employee relations*, antara lain sebagai berikut: (a) sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi atau perusahaan (b) untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan dalam komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawannya; (c) sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan; (d) sebagai media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan pihak manajemen perusahaan (pimpinan).

Selanjutnya kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program antara lain sebagai berikut: (a) program pendidikan dan pelatihan; (b) program motivasi kerja berprestasi; (c) program penghargaan; (d) program acara khusus; (e) program media komunikasi internal (Ruslan, 2005 : 273).

Di dalam *employee relations* unsur paling penting adalah komunikasi karyawan. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijaksanaan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalahpahaman. 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 :5)

Teori hubungan manusiawi menurut Elton Mayo dalam Pace and Faules (2001: 60), membahas produktivitas dan hubungan-hubungan sosial yang dikenal dengan nama "Manajemen dan Pekerja" atau sering disebut dengan efek Hawthorne menyebutkan bahwa perhatian terhadap karyawan boleh jadi mengubah sikap dan

perilaku karyawan. Moral dan produktivitas dapat meningkat apabila para karyawan mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lain. Ini berarti bahwa jika antara sesama karyawan satu dengan yang lain serta antara karyawan dengan manajemen mempunyai hubungan yang baik maka kinerja karyawan juga akan baik dan meningkat sehingga perusahaan juga akan mencapai produktivitas yang tinggi.

Kinerja juga berkaitan dengan motivasi kerja. Motivasi kerja sangat diperlukan bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan karena motivasi merupakan kondisi dasar yang mendorong karyawan untuk melakukan sesuatu hal yang positif dan menguntungkan bagi organisasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja karyawan. Teori tentang motivasi diungkapkan oleh Maslow dalam Pace and Faules (2001: 120) bahwa motivasi merujuk pada kebutuhan karyawan sebagai kekuatan pendorong perilaku untuk meningkatkan kinerja, diantaranya adalah: (1) aktualisasi diri; (2) penghargaan; (3) rasa memiliki; (4) keselamatan dan keamanan; (5) fisiologis

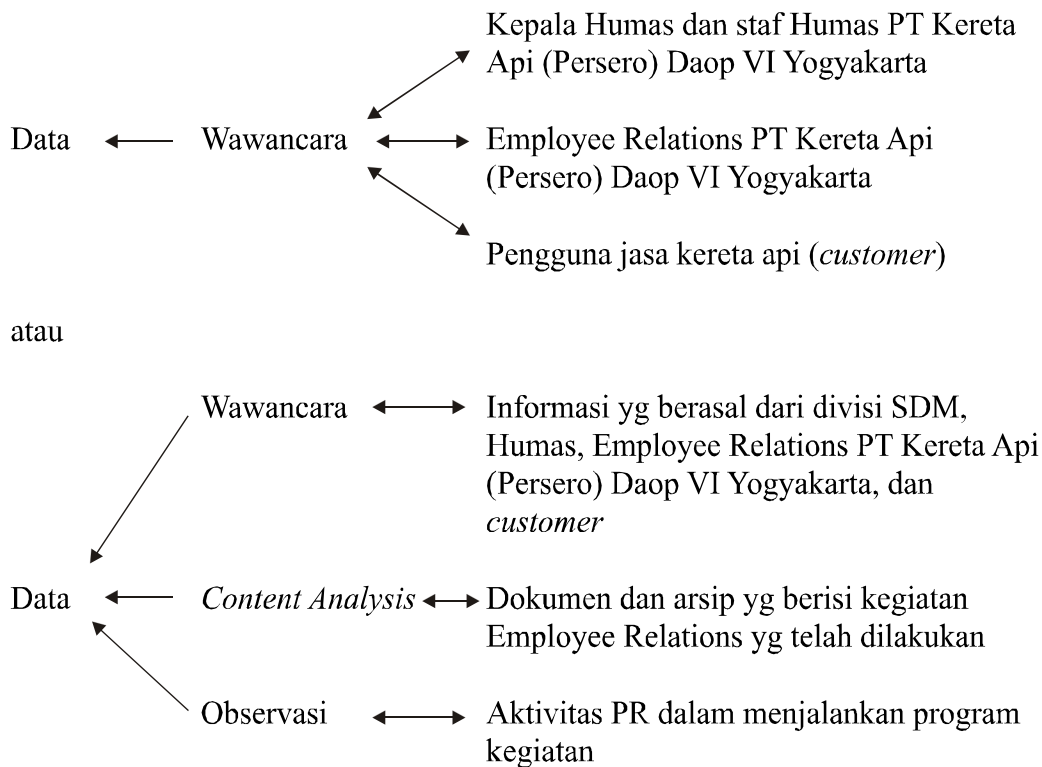
### Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif dengan menganalisa berdasarkan pada keseluruhan data yang diperoleh pada saat melakukan penelitian kemudian data dianalisis secara detail dan sistematis sehingga dapat menjelaskan pelaksanaan strategi *employee relations* untuk meningkatkan kinerja karyawan dan citra pada PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta. Berdasarkan jenis data primer dan data sekunder yang dibutuhkan, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*Depth Interview*), observasi dengan melakukan pengamatan langsung datang ke lokasi untuk mengambil data mengenai *employee relations* di PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta, serta studi pustaka yang diperoleh dari buku, literatur atau media lain sebagai sumber informasi untuk memperkuat landasan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti.

Validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat

kepercayaan suatu informasi dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber yaitu pihak-pihak diluar peneliti yang akan memberikan pemaknaan terhadap strategi *employee relations* untuk meningkatkan kinerja karyawan dan citra pada PT Kereta Api (Persero), yakni bagian Humas PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta dan Karyawan PT Kereta Api (Persero).

kegiatan dan program-program publikasi eksternal. Karena kehumasan di PT Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta hanya dipegang kendali oleh satu orang staf karyawan bersama seorang kepala humas (Kahumas) maka tugas-tugas kehumasan Di PT Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta tidak sepenuhnya menjadi tugas bagian kehumasan saja tetapi bekerjasama dengan Divisi Sumber



### Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Strategi *Employee Relations* pada Humas PT Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta.

Di PT Kereta Api (Persero), Humas Daerah Operasi VI Yogyakarta berkedudukan langsung di bawah KaDAOP (Kepala Daerah Operasi) dan berada dibawah Direksi PT Kereta Api (Persero) sehingga segala program dan aktivitas humas dapat langsung ditinjau oleh pihak manajemen. Meskipun kehumasan di PT Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta berdiri dalam departemen sendiri, namun dalam membuat program-program internal serta implementasinya banyak dibantu oleh Divisi Sumber Daya Manusia (SDM). Kehumasan di PT Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta lebih difokuskan untuk

Daya Manusia.

Penyebaran informasi dan program-program tentang hal-hal yang sedang dilakukan oleh humas PT kereta Api (Persero) dalam mensosialisasikan programnya yang tentu saja mempunyai tujuan yang hampir sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya yaitu berusaha semaksimal mungkin untuk menjadi penyedia layanan jasa transportasi darat yang mempunyai keharmonisan dalam lingkup internal sehingga akan menghasilkan pelayanan yang semaksimal mungkin terhadap *customer*. Sasaran dari program humas yaitu untuk menciptakan kesadaran personal/karyawan mengenai peran perusahaan dalam masyarakat serta kesadaran akan fungsi dan kedudukan mereka dalam perusahaan. Agar sasaran program kerja humas dapat terealisasikan,

maka humas PT Kereta Api (Persero) bertanggung jawab dan menjalankan sasaran program dengan menerapkan *employee relations* pada seluruh karyawan.

Humas PT Kereta Api (Persero) pada umumnya menyadari akan pentingnya menjalin komunikasi dan hubungan dengan karyawan secara harmonis. Tujuan dari kegiatan *employee relations* adalah untuk menciptakan kesadaran personal/karyawan mengenai peran PT Kereta Api (Persero) dalam masyarakat sesuai dengan visi dan misi, serta menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari karyawan. Keempat langkah yang telah dibuat oleh humas PT Kereta Api (Persero) merupakan suatu cara untuk mengetahui keinginan publik internalnya mulai dari mendefinisikan permasalahan, perencanaan dan pemrograman, komunikasi/pelaksanaan, dan evaluasi. Sehingga dari keempat langkah tersebut humas PT Kereta Api (Persero) dapat menemukan suatu strategi *public relations* yang tepat dengan mengadakan kegiatan *employee relations* (hubungan karyawan).

Strategi *employee relations* dilaksanakan melalui program-program yang berkaitan dengan menjalin hubungan yang harmonis antara seluruh karyawan PT Kereta Api (Persero). Sesuai dengan Ruslan (2005: 273) bahwa kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program. Program-program strategi *employee relations* yang ada pada PT Kereta Api (Persero) diantaranya adalah pengelolaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia, program mensejahterakan karyawan, program sosialisasi budaya perusahaan, program motivasi kerja berprestasi, program acara khusus, dan program media komunikasi internal. Strategi tersebut dilaksanakan karena seluruh karyawan PT Kereta Api (Persero) merupakan pihak yang penting untuk dijaga hubungannya, sebab mereka ikut menentukan hidup dan matinya perusahaan. Tujuan dari program ini adalah agar *employee relations* dapat diterapkan dengan benar, sehingga karyawan dan manajemen dapat merasakan manfaat dari *employee relations*, dapat memacu dan memotivasi karyawan untuk mau bekerja sama dan menjalin hubungan kerja antar sesama karyawan dan

manajemen dengan baik. Hal ini sesuai dengan teori tentang motivasi yang diungkapkan oleh Maslow dalam Pace and Faules (2001:120) bahwa motivasi merujuk pada kebutuhan karyawan sebagai kekuatan pendorong perilaku untuk meningkatkan kinerja. Pihak humas dan manajemenpun menyadari bahwa motivasi kerja sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja karyawan karena motivasi merupakan kondisi dasar yang mendorong karyawan untuk melakukan sesuatu hal yang positif dan menguntungkan bagi organisasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja karyawan.

*Employee relations* dapat digunakan sebagai cara untuk membangun reputasi dan kredibilitas karena sebuah organisasi yang memiliki karyawan yang puas akan organisasi tempatnya bekerja, maka karyawan akan memberikan dukungan sepenuhnya bagi perkembangan organisasi. Selain itu, apabila karyawan memiliki rasa terhadap organisasinya, maka dengan sendirinya mereka akan menyebarkan kebaikan-kebaikan organisasinya kepada pihak luar dengan sendirinya.

Analisis program strategi *employee relations* yang diterapkan humas PT Kereta Api (Persero) berdasarkan penelitian data dan hasil yang telah dilakukan, bisa dikatakan program *employee relations* yang telah disusun dan telah dilaksanakan di PT Kereta Api (Persero) cukup berhasil dijalankan karena memberikan respon yang cukup baik dari karyawan, dapat diterima oleh karyawan dan karyawan cukup merasa puas dengan berbagai kegiatan yang diadakan oleh *public relations* di PT Kereta Api (Persero). Namun memang ada beberapa yang menurut penulis belum sepenuhnya dapat diterima oleh seluruh karyawan dan masih perlu untuk ditingkatkan lagi, karena masih ada kendala yang dihadapi. Kegiatan tersebut seperti pengadaan seminar/workshop dan acara kekeluargaan yang tidak semua karyawan bisa mengikutinya, karena jumlah karyawan yang banyak dan tersebar tidak dalam satu kantor serta jam kerja yang tidak sama karena tuntutan pekerjaan yang tidak bisa ditinggalkan.

Pihak manajemen merasa program *employee relations* yang telah disosialisasikan dan

dilaksanakan cukup mencapai hasil yang memuaskan yang diinginkan oleh pihak manajemen yaitu peningkatan kinerja karyawan di PT Kereta Api (Persero). Pihak manajemen menyadari bahwa dalam *employee relations* unsur yang paling penting adalah komunikasi dengan karyawan, biasanya yang berperan disini adalah bagian humas. Hal ini sesuai dengan pendapat Moore (2002 :5) dimana koordinasi yang erat antara seksi humas dengan seluruh karyawan serta bagian pelaksanaan adalah hal yang sangat penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya akan menimbulkan kesalahpahaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri yang mungkin salah atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa suatu kegagalan yang serius dalam komunikasi terhadap karyawan akan menciptakan berbagai hal seperti kelambanan pegawai, ketidakefisienan dalam bekerja, penurunan semangat kerja, pemogokan yang merugikan, serta masalah lainnya yang menimbulkan dampak yang merugikan pada perusahaan serta citra perusahaan dimata publik.

Untuk pelaksanaan strategi membangun komunikasi dengan karyawan, dinilai telah berhasil dijalankan karena memberikan respon yang cukup baik dari karyawan, dan dapat diterima oleh karyawan di PT Kereta Api (Persero). Sebagian besar dari karyawan merasa program yang telah disusun terutama program training/ diklat maupun pelatihan, yang mana program tersebut dirasa dapat meningkatkan kinerja dan menambah semangat dalam bekerja. Komunikasi yang terjalin antara pihak manajemen, dengan karyawan juga mengalami perkembangan, dan hubungan yang terjalin menjadi semakin baik pula karena karyawan menjadi tidak merasa terbebani untuk mengungkapkan segala masalah ataupun masukan untuk pihak manajemen dan dengan pertemuan-pertemuan yang diadakan akan menambah koordinasi antara pihak manajemen dengan karyawan.

Strategi untuk memotivasi kerja karyawan di PT Kereta Api (Persero) telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan lancar karena program yang disusun dapat membuat karyawan merasa termotivasi untuk bekerja lebih baik lagi karena menurut karyawan PT Kereta Api (Persero), program ini dinilai sangat memperhatikan kebutuhan karyawan, dan kenyamanan karyawan dalam bekerja dan dengan program ini pula dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan antara lain dengan adanya *reward*, promosi setiap 4 tahun dan kenaikan gaji berkala.

Untuk mewujudkan komunikasi karyawan yang efektif antara pihak manajemen kepada karyawan seringkali digunakan metode lisan berupa obrolan langsung kepada para karyawan karena membuat karyawan merasa lebih diperhatikan dan dihargai dalam bekerja. Metode ini dirasa paling efektif, percakapan informal antara pihak manajemen dengan karyawan merupakan sarana yang cepat dan ekonomis tentang hal-hal yang mempengaruhi mereka dalam pekerjaannya. Para karyawan lebih menyukai komunikasi lisan karena komunikasi lisan memungkinkan pertanyaan, penolakan, serta penjelasan karena para karyawan bisa langsung menanyakan kepada pihak manajemen yang memberikan informasi. Selain itu media yang dirasa paling optimal dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT Kereta Api (Persero) adalah Dewan Pekerja karena lewat dewan pekerja di PT Kereta Api (Persero) yang disebut SPKA (Serikat Pekerja Kereta Api), karyawan lebih mudah untuk menyalurkan berbagai aspirasinya kepada manajemen, dan membuat hubungan antara karyawan satu dan yang lain semakin baik.

Analisis ini walau dalam penerapan *employee relations* belum dapat sepenuhnya terealisasi dengan sempurna, tetapi humas PT Kereta Api (Persero) telah sesuai dengan pendapat Jefkins (1992: 173) dalam membangun hubungan antara karyawan dengan menggunakan media dan teknik *public relations*, diantaranya: (a) jurnal internal; (b) papan pengumuman; (c) jaringan telepon internal; (d) dewan pekerja; (e) obrolan langsung; (f) konferensi staff dan rapat dinas; (g) kunjungan oleh pihak manajemen; (h) acara kekeluargaan.

### **Analisis untuk Mengetahui Hasil dari Kegiatan *Employee Relations* Humas PT Kereta Api (Persero).**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan baik kepada bagian humas maupun karyawan, ternyata kegiatan *employee relations* yang dilakukan humas PT Kereta Api (Persero) dapat berjalan dengan baik, memberikan respon yang cukup baik dari karyawan, dapat diterima oleh karyawan dan karyawan cukup merasa puas dengan berbagai kegiatan yang diadakan oleh *public relations* di PT Kereta Api (Persero). Dengan adanya berbagai kegiatan *employee relations* yang dilaksanakan oleh humas PT Kereta Api (Persero) tersebut maka karyawan merasa bahwa lembaga mempunyai rasa peduli terhadap mereka sekaligus menghargai hasil kerja mereka selama ini.

Dengan kepuasan yang dirasakan oleh para karyawan maka akan menimbulkan suatu dampak yang positif terhadap perusahaan. Dampak yang timbul dari rasa kepuasan tadi antara lain; (1) terciptanya keharmonisan internal perusahaan sehingga karyawan saling menghargai pekerjaan mereka masing-masing, menyadari akan fungsi dan kedudukan mereka dalam perusahaan sehingga akan menimbulkan suasana yang harmonis diantara sesama karyawan di PT Kereta Api (Persero); (2) kerja menjadi lancar dan optimal sehingga dengan berbagai kegiatan *employee relations* yang telah dilakukan oleh humas PT Kereta Api (Persero) seperti diadakannya berbagai macam program pendidikan dan pelatihan diharapkan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari para pegawai yang berdampak pada kinerja mereka yang menjadi lebih baik dan suasana yang harmonis mengakibatkan kerja mereka menjadi lancar; (3) loyalitas karyawan dalam menciptakan suasana harmonis yang tercipta dalam lembaga membuat karyawan PT Kereta Api (Persero) merasa nyaman dan senang dalam melakukan pekerjaan. Kepedulian perusahaan terhadap karyawan yang diwujudkan dalam bentuk berbagai kegiatan *employee relations* maka menyebabkan karyawan juga mempunyai kepedulian terhadap perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk loyalitas mereka terhadap PT Kereta Api (Persero); (4) kepuasan dan kepercayaan

pelanggan yaitu sumber daya manusia yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan dari para karyawan PT Kereta Api (Persero) akan membuat *customer* merasa puas dan mempercayai perusahaan tersebut sehingga akan berdampak pada peningkatan jumlah *customer* dan eksistensi perusahaan akan terjaga; (5) citra positif perusahaan yang akan dapat tercapai apabila ada kepuasan dan kepercayaan dari pelanggan terhadap PT Kereta Api (Persero) maka para pelanggan berarti telah menilai positif perusahaan tersebut. Mereka akan mengatakan kepada rekan mereka mengenai hal-hal yang positif dari lembaga, sehingga ini secara tidak langsung akan membentuk citra positif lembaga di mata publik.

Evaluasi yang dilakukan dalam mensosialisasikan program-program humas PT Kereta Api (Persero) adalah untuk mengetahui efektifitas kerja dan sebagai masukan dalam rangka memperbaiki program kerja yang sudah dilakukan. Mencermati berbagai program yang telah dilakukan oleh humas PT Kereta Api (Persero) dalam mengevaluasi kegiatan *employee relations* dapat dikatakan bahwa sebagian besar telah berjalan dengan baik dan cukup berhasil karena memberikan respon yang cukup baik dari karyawan, dapat diterima oleh karyawan dan karyawan cukup merasa puas dengan berbagai kegiatan tersebut. Hanya saja belum maksimal dan belum dapat sepenuhnya memperbaiki citra PT Kereta Api (Persero).

### **Daftar Pustaka**

- Abdurrachman, Oemi, 1995, *Dasar-Dasar Public Relations*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Anggoro, M. Linggar, 2002, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 1998, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 2000, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Jefkins, Frank, 1992, *Public Relations*, Erlangga, Jakarta.
- Moore, Frazier, 2002, *Hubungan Masyarakat*,



- Prinsip, Kasus dan Masalah*, PT Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pace, R, Wayne and Faules, 2001, *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin, 2001, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosda karya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin, 2003, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda karya, Bandung.
- Ruslan, Rusadi, 2002, *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*, Grafindo Persada, Jakarta.
- Ruslan, Rusadi, 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunika*,. Rajawali Pers, Jakarta.
- Sedarmayanti, 2001, *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*, Mandar Maju, Bandung.
- Soemirat, Soleh, dan Ardianto, Elvinaro, 2002, *Dasar-Dasar Publik Relations*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutopo, H.B, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif Dasar dan Terapannya Dalam Penelitian*, 11 Maret University Press:Surakarta.
- Tika, Pabundu, 2006, *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Skripsi :**  
Skripsi “*Evaluasi Strategi Program Employee Relations Humas TVRI Stasiun Pusat Jakarta*”. Oleh Rochma Ari Kurniana 2006, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Skripsi “*Evaluasi Kegiatan Employee Relations Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Yogyakarta*”. Oleh Eryanto 2007, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Surat Kabar :**  
Seputar Indonesia, 14 Desember 2009, hal 16  
Jawa Pos, 10 Desember 2009, hal 4  
KONTAK, edisi Agustus 2009
- Internet:**  
<http://perkeretaapian.dephub.go.id/index.php>  
[www.infoka.kereta-api.com](http://www.infoka.kereta-api.com)