

Aktivitas Humas PT Indonesia Power Priok POMU Dalam Menjaga Harmonisasi Hubungan *Stakeholder* Internal

Aisyah Azziziah¹, Dr. Amalia Djuwita²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
aisyahazziziah@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
amaliadjuwita@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research discusses the internal stakeholder relations activities carried out by Public Relations of PT. Indonesia Power Priok POMU. The purpose is to find out what efforts have been made to create a harmonious atmosphere among internal stakeholders and to find out the benefits of the activities. The method used is qualitative with a descriptive approach. Through interviews, observation, document studies, the research found that PR of PT. Indonesia Power Priok POMU conducts various activities to strengthen interaction and communication among internal stakeholders of the company. The activities are grouped into employee relations, manager relations, and stockholder relations. The activities include Priok CERIA, competitions, podcasts, meetings, Senam Jumat, awards, and surveys. There are benefits from each activity. Through casual and informal packaging of activities, PR successfully reduces the gap in relationships among internal stakeholders. However, the researcher found that there are still obstacles at the employee level in carrying out the activities. Therefore, the researcher suggests that other companies or organizations take the initiative to design more activities that are more attractive for internal stakeholders, especially managers and shareholders, in order to increase their commitment and satisfaction as the amount is less compared to employee relations activities.

Keywords- activities, harmonious, internal stakeholder relations

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang aktivitas hubungan stakeholder internal yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU. Tujuannya adalah untuk mengetahui upaya yang telah dilakukan untuk menciptakan suasana yang harmonis di antara stakeholder internal dan untuk mengetahui manfaat dari kegiatan tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Melalui pengumpulan data wawancara dan studi dokumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PT. Indonesia Power Priok POMU melakukan berbagai aktivitas untuk memperkuat interaksi dan komunikasi di antara stakeholder internal perusahaan. Dengan menggunakan teori hubungan stakeholder internal dari Ruslan, aktivitas tersebut dikelompokkan menjadi hubungan pegawai, manajer, dan pemegang saham. Kegiatan yang dilakukan meliputi Priok CERIA, perlombaan, podcast, acara pertemuan, Senam Jumat, pemberian penghargaan, dan survei. Terdapat manfaat dari setiap aktivitas yang dilaksanakan. Melalui pengemasan kegiatan yang lebih santai dan informal, humas berhasil mengurangi kesenjangan dalam hubungan antar stakeholder internal. Namun peneliti menemukan masih ada hambatan pada tingkat karyawan dalam menjalankan aktivitas tersebut. Oleh karena itu, peneliti menyarankan perusahaan atau organisasi lain untuk merancang kegiatan yang lebih banyak dan lebih menarik untuk stakeholder internal, terutama manajer dan pemegang saham demi meningkatkan komitmen dan kepuasan mereka berhubung jumlahnya lebih sedikit jika dibandingkan dengan aktivitas hubungan pegawai.

Kata Kunci-aktivitas, harmonis, hubungan pemangku kepentingan internal

I. PENDAHULUAN

Saat ini, konflik dalam perselisihan hubungan industrial semakin kompleks dalam era industrialisasi yang kini semakin maju dan berkembang. Era industrialisasi global mengakibatkan daya saing semakin tinggi demi kontinuitas dan keberlanjutan perusahaan. Pola hidup manusia yang selalu bergantung terhadap listrik kini menjadikan tenaga listrik sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia. Fenomena liberisasi pasar energi listrik yang sedang terjadi disertai dengan pemisahan (unbundling) membedakan antara generasi, transmisi, dan distribusi di sektor bisnis energi. Tidak menutup kemungkinan saat ini sektor bisnis energi, terutama listrik sedang mengalami perubahan besar yang disebabkan oleh perkembangan dari penerapan dekarbonisasi, desentralisasi, digitalisasi, dan elektrifikasi. Hal ini menyebabkan terbukanya peluang bagi perusahaan listrik Indonesia yang lain untuk bersaing dengan PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN).

Atas dasar operasional PT. Indonesia Power Priok POMU yang memiliki ketergantungan dengan permintaan konsumen, maka perusahaan harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, terutama dimulai dari internalnya. Semakin luas dan besar perusahaannya, maka semakin sulit pula manajemen nya. Tolak ukur keberhasilan dan kesuksesan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan nya tergantung pada karyawan nya, yang menjadi salah satu stakeholder internal. Stakeholder merupakan kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian dari tujuan perusahaan. Dalam lingkungan operasi perusahaan, mempelajari hubungan kepentingan stakeholder internal seperti manajemen dan karyawan dapat menjadi sebuah kerangka atau dasar yang memberikan manfaat bagi perusahaan (Freeman & McVea, 2001). Ada kalanya pula terjadi konflik antar stakeholder internal dalam suatu perusahaan karena adanya kesalahpahaman dan pengertian. Maka dari itu, humas dari PT. Indonesia Power Priok POMU menjalankan aktivitas-aktivitas untuk menjaga harmonisasi dari hubungan dalam lingkup perusahaan terhadap stakeholder internal, seperti Priok CERIA, perlombaan, Podcast SOBI Priok, Coastal Clean Up, dan lain sebagainya.

Ada pula faktanya di lapangan, PR mengelola hubungan internal maupun eksternal agar dapat berjalan dengan efektif. Dalam hal ini, seorang Public Relations Officer (PRO) harus mampu mengembangkan kemampuan nya dalam menghadapi konflik dari berbagai pihak demi perusahaan, dimulai dari menumbuhkan rasa sense of belonging stakeholder internal atau dapat digambarkan dengan perasaan “saya adalah bagian dari kelompok ini” karena memiliki rasa turut bertanggung jawab (Patria, 2012). Setiap individu memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda-beda, oleh karena itu PRO dibutuhkan untuk mencegah kesalahpahaman hubungan terutama internal perusahaan seperti antara manajemen dengan karyawan. Atas dasar stakeholder internal merupakan tulang punggung perusahaan, maka perusahaan bergantung pada perilaku dan komitmen mereka. Melalui kegiatan yang dilakukan PR untuk menjaga harmonisasi hubungan dengan stakeholder internal, kebutuhan dan kepentingan stakeholder internal akan terpenuhi serta berujung pada operasional perusahaan yang baik.

Sebagaimana yang telah ditemukan dalam sebuah studi yang telah dilakukan oleh Arsyad (2015) dan Kennan & Hazleton (2005) menemukan bahwa kegiatan hubungan pemangku kepentingan internal untuk dilakukan karena dapat memberikan manfaat dalam perubahan iklim komunikasi di dalam suatu perusahaan ke arah yang positif berupa hubungan yang harmonis. Apabila humas perusahaan dapat memahami dan mengendalikan kegiatan dengan stakeholder internal dengan baik, maka iklim komunikasi positif ini dapat memunculkan individu di perusahaan (dalam kasus ini stakeholder internal) menjadi lebih inovatif serta kreatif dan akan berujung pada pencapaian perusahaan karena mereka merasa didukung dan kebutuhan mereka terpenuhi.

Menjalankan kegiatan hubungan dengan stakeholder internal memiliki tantangan nya tersendiri. Humas PT. Indonesia Power Priok POMU mengaku bahwa hambatan yang mereka hadapi saat melaksanakan kegiatan hubungan stakeholder internal adalah perbedaan kesibukan yang dimiliki oleh setiap stakeholder internal. Hal tersebut menjadi sebuah permasalahan komunikasi dalam aktivitas hubungan dengan stakeholder internal PT. Indonesia Power Priok POMU. Melalui fenomena ini, Humas PT. Indonesia Power Priok POMU mengupayakan agar stakeholder internal terlibat dengan kegiatan yang diadakan humas melalui pengemasan kegiatan yang berbeda. Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan dalam tujuan agar stakeholder internal dapat memahami tujuan dari kegiatan tersebut dan terlibat secara langsung.

Lebih lanjut, berdasarkan pernyataan informan, peneliti menemukan bahwa masih ada stakeholder yang belum sepenuhnya ingin berkontribusi dan berpartisipasi dalam aktivitas hubungan stakeholder internal Indonesia Power Priok POMU. Permasalahan tersebut selaras dengan salah satu hambatan yang dikenal dalam teori hubungan stakeholder internal seperti yang dikemukakan oleh Ruslan (2016) yang menyebutkan bahwa salah satu hambatan dalam menjalankan kegiatan hubungan stakeholder internal adalah hambatan yang muncul dari tingkat karyawan. Padahal, kegiatan hubungan stakeholder internal sangat penting untuk menjaga harmoni dan kesuksesan perusahaan,

di mana stakeholder internal tersebut meliputi karyawan, manajer, dan pemegang saham. Jika hubungan antara stakeholder internal ini tidak harmonis, ini dapat menimbulkan masalah seperti perselisihan yang berkelanjutan karena ketika ada stakeholder internal yang tidak berkontribusi, ini membuat meningkatnya kesenjangan antara individu. Oleh karena itu, Humas Indonesia Power Priok POMU sangat berupaya untuk menjaga keharmonisan hubungan stakeholder internal untuk pemenuhan kepentingan stakeholder internalnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penghargaan perusahaan dan menjaga kestabilan dan kesuksesan perusahaan secara keseluruhan.

Indonesia Power Priok POMU telah mencatat kinerja yang luar biasa dalam meraih berbagai penghargaan penting di bidangnya. Ini menunjukkan kesejahteraan stakeholder internal Indonesia Power Priok POMU yang tinggi sehingga hubungan stakeholder internal harmonis. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari para informan yang menyatakan bahwa tujuan keharmonisan perusahaan adalah untuk mencapai kesejahteraan yang diharapkan akan mengarah pada perolehan penghargaan dan kesuksesan perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa hasil dari usaha yang dilakukan oleh Humas Indonesia Power Priok POMU dalam menjaga citra perusahaan melalui kegiatan-kegiatan pembinaan hubungan stakeholder internal yang bertujuan untuk menciptakan kestabilan dan harmoni internal sehingga iklim kerja dan kinerja perusahaan dapat tercipta dengan positif. Namun jika hambatan-hambatan yang diidentifikasi dalam proses tersebut tetap dibiarkan, maka hal ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan menyebabkan perusahaan tidak dapat meraih penghargaan yang diharapkan.

Banyak penelitian yang berfokus pada kegiatan internal nya dalam meningkatkan produktivitas atau kinerja karyawan. Tetapi, penelitian yang berfokus pada kegiatan internal dalam menjaga keharmonisan masih terbatas. Perbedaan kesibukan stakeholder internal PT. Indonesia Power Priok POMU menjadi suatu tantangan bagi humas untuk mengajak stakeholder internal terlibat dan berpartisipasi dalam kegiatan nya. Dalam penelitian ini, peneliti pun tertarik menggunakan PT. Indonesia Power Priok POMU sebagai subjek penelitian untuk mengetahui bagaimana upaya Humas Indonesia Power Priok POMU dalam membuat aktivitas yang dapat diikuti oleh stakeholder internal agar hubungan di perusahaan menjadi harmonis sehingga mencapai target yang telah ditetapkan dan mampu menggantikan posisi perusahaan yang serupa. Atas penjelasan yang telah dipaparkan di tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Aktivitas Humas PT Indonesia Power Priok POMU dalam Menjaga Harmonisasi Hubungan Stakeholder Internal”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya dan aktivitas hubungan *stakeholder* internal yang telah dilakukan Humas PT. Indonesia Power Priok POMU serta untuk mengetahui manfaat dari tiap aktivitas tersebut.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Public Relations

Dalam praktiknya, Public Relations sering disalah artikan sebagai personal relations, propaganda, iklan gratis, dan menjual senyum. Padahal menurut Cutlip, Center & Broom dalam Sinduwiatmo (2018:7), Public Relations merupakan bagian manajemen yang bekerja untuk memahami pemeliharaan komunikasi yang baik dengan publik yang menjadi kunci kesuksesan perusahaan dan dapat memberikan keuntungan untuk meminimalisir kegagalan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Seiring berkembangnya dunia industri, Public Relations tidak lagi dianggap sebagai praktik yang cenderung menutup-nutupi kesalahan organisasi, manipulasi, dan menyangkut pemasaran saja. Tetapi sebagai suatu fungsi dalam manajemen perusahaan yang dapat mengembangkan komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan khalayaknya melalui penciptaan rasa pengertian dan dukungan demi citra positif perusahaan.

Cutlip, Center & Broom dalam Noffytsari (2010:9) berpendapat bahwa praktik dan kegiatan PR melingkupi publisitas informasi yang memiliki news value, periklanan yang diatur untuk menyampaikan pesan di media, menarik perhatian media dan publik melalui agen pers (public affair, manajemen isu, melobi, hubungan investor, development). Oleh karena itu, segala aktivitas PR yang dipersiapkan matang-matang dan dilaksanakan dengan baik, akan berujung pada good image atau citra yang baik karena mampu menciptakan keefektifan dan mengatasi atau bahkan mencegah masalah dalam mencapai tujuan perusahaan.

B. Hubungan Pemangku Kepentingan Internal

1. Hubungan Pegawai (*Employee Relations*)

Sebuah perusahaan tidak akan dapat berjalan tanpa adanya pegawai. *Employee Relations* pada dasarnya adalah hubungan antara karyawan dalam suatu perusahaan yang dibina oleh PR atau bagian manajemen yang bertanggungjawab lainnya seperti HRD. Dalam hal ini, *employee relations* tidak hanya melingkupi karyawan saja,

tetapi seluruh sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan termasuk manajemen dan bahkan keluarga dari karyawan. Teori ini menekankan pentingnya memperhatikan kebutuhan dan kepentingan dari karyawan dalam mengelola hubungan di perusahaan.

Employee relations ini menyangkut kepentingan karyawan yang berbeda-beda. Manajemen harus dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh karyawan nya demi keberlanjutan perusahaan karena dapat meningkatkan produktifitas, loyalitas, serta rasa sense of belonging karyawan. Selain itu, menurut Ruslan (2016), permasalahan komunikasi internal perusahaan biasanya disebabkan oleh kesenjangan dalam bentuk perbedaan status dan kedudukan setiap karyawan. Maka, dengan kegiatan employee relations, karyawan memiliki kesempatan untuk mengutarakan pendapat dan kesenjangan antar karyawan pun berkurang karena merasakan lingkungan yang mendukung, diikuti pula dengan sistem delegasi pekerjaan yang lebih teratur dan harmonis.

Berdasarkan pemaparan teoritis hubungan pegawai oleh Ruslan (2016), pegawai merupakan salah satu stakeholder yang penting karena dapat menjamin kinerja perusahaan yang baik. Pegawai yang merasa puas dan tidak merasa tertekan akan memberikan kontribusi yang lebih baik pada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian yang cukup pada pengembangan hubungan dengan pegawai.

Selanjutnya, teori ini menyarankan perusahaan untuk mengadakan program-program yang memungkinkan pegawai untuk merasa diakui dan dihargai, seperti program-program kesejahteraan, pelatihan dan pengembangan, dan kompensasi yang adil. Perusahaan juga harus menyediakan komunikasi yang transparan dan terbuka dengan pegawai, sehingga pegawai merasa terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Masih dengan teori yang sama, melalui pengembangan hubungan yang baik dengan pegawai, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas, menurunkan tingkat turnover pegawai, dan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

2. Hubungan Manajer (*Manager Relations*)

Dalam sebuah perusahaan, tentu manajemen akan menemukan masalah yang akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Seorang manajer harus mengetahui kebutuhan pekerja dan menunjukkan dukungannya melalui pengembangan dan penciptaan lingkungan kerja yang positif. Maka dari itu, manager relations bertujuan untuk mengantisipasi permasalahan di lingkungan perusahaan baik dari dalam maupun luar. Teori ini menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara kepentingan manajer, sehingga biasanya perusahaan memfasilitasi kebutuhan manajer seperti tunjangan atau transportasi antar-jemput. Secara sederhana, manager relations menggambarkan hubungan dengan jajaran eksekutif atau pimpinan di dalam suatu manajemen perusahaan atau organisasi (Riinawati, 2021).

Menurut Ruslan (2016), manajer memiliki peran yang krusial dalam proses komunikasi internal perusahaan. Mereka harus mampu mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan internal, seperti karyawan, direksi, dan pemegang saham, dengan baik. Ini termasuk mengkoordinasikan dan mengatur aktivitas komunikasi, serta menjaga hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan melalui komunikasi yang efektif dan transparan.

Manajer harus mampu mengidentifikasi dan mengelola masalah yang muncul dalam hubungan dengan pemangku kepentingan internal perusahaan. Mereka harus mampu menyelesaikan masalah dengan cara yang profesional dan efektif, serta memastikan bahwa komunikasi yang efektif terus dilakukan dengan pemangku kepentingan internal. Di samping itu, manajer juga harus memahami pentingnya kepercayaan dalam hubungan dengan pemangku kepentingan internal, dan harus mampu membangun dan menjaga kepercayaan ini melalui komunikasi yang transparan dan terbuka. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang akurat dan terpercaya mengenai kinerja perusahaan dan kebijakan yang diambil.

Secara keseluruhan, manajer harus mampu mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan internal perusahaan dengan baik melalui komunikasi yang efektif dan transparan, serta memahami dan mengelola masalah yang muncul dalam hubungan dengan pemangku kepentingan internal dan membangun dan menjaga kepercayaan dengan pemangku kepentingan internal perusahaan.

Manager relations yang optimal akan memperkuat identitas sosial bawahan nya karena mereka merasa diperhatikan. Hal ini didukung pernyataan oleh Likert (1961) dalam Smith, Moscow, Berger, & Cooper (1969) yang menemukan bahwa produktivitas bawahan lebih tinggi apabila atasan nya lebih berorientasi pada karyawan. Seiring berjalannya waktu, belakangan ini di lapangan, para atasan telah mengabaikan gaya kepemimpinan formal dan lebih mengimplementasikan gaya komunikasi informal dengan bawahannya. Mereka mendekatkan hubungan dengan karyawan dan rekan-rekan kerja nya melalui bentuk dukungan-dukungan yang mengurangi kesenjangan antara

pekerja, baik atasan ke bawahan, maupun sesama sementara tetap menjaga nilai budaya dan sosial. Peristiwa ini akan membawa organisasi atau perusahaan menerapkan komunikasi yang efektif (Riinawati, 2021). Kegiatan manager relations dapat dilakukan melalui kegiatan coffee morning, briefing, dan rapat.

3. Hubungan Pemilik Perusahaan atau Pemegang Saham (*Stockholder Relations*)

Hubungan masyarakat atau PR menjadi suatu bagian representatif perusahaan. Bersamaan dengan itulah PR harus mengetahui setiap perubahan dan perkembangan perusahaan untuk meningkatkan performa perusahaan melalui penyampaian informasi secara transparan kepada pemegang saham dan pemilik perusahaan yang memiliki peran strategis dalam perusahaan. Stockholder relations ini penting demi kontinuitas perusahaan dari segi keuangan, karena pemegang saham dan pemilik perusahaan merupakan penyandang dana serta memiliki otoritas untuk manajemen sumber daya. Hal ini dibuktikan oleh Weston Smith dalam Wright & Christian (1949:135), yang menemukan bahwa stockholder relations yang buruk ditunjukkan oleh melemahnya pasar dan penurunan harga saham serta penjualan, sedangkan perusahaan yang menerapkan stockholder relations yang baik memiliki hal yang sebaliknya, yakni pasar yang kuat, peningkatan penjualan dan harga saham. Dengan ini, pemilik perusahaan dan para pemegang saham perlu menerapkan stockholder relations yang baik dengan melakukan keterbukaan untuk mencegah kesalahpahaman.

Dalam hal ini, pemegang saham harus diakui sebagai pemangku kepentingan internal yang penting dan perusahaan harus mengejar relasi yang baik dengan pemegang saham. Perusahaan harus menyediakan laporan yang transparan dan akurat mengenai kinerja perusahaan, serta menyediakan platform untuk komunikasi dengan pemegang saham.

Secara keseluruhan, hubungan pemegang saham adalah penting bagi perusahaan, karena pemegang saham memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan perusahaan dan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Perusahaan harus menjaga relasi yang baik dengan pemegang saham dan memenuhi kebutuhan mereka untuk memperoleh pengembalian yang optimal dari investasi mereka.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme sebagai paradigma penelitian. Paradigma post-positivisme memandang adanya hubungan mutlak peneliti dengan objek penelitian. Maka, sumber data harus diambil dari sumber yang kredibel dan relevan agar terjadi hubungan interaktif antara peneliti dengan objek.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai informan secara langsung sebagai bentuk hubungan interaktif yang menjadi salah satu unsur dari paradigma post-positivisme. Dari jawaban-jawaban wawancara tersebut, peneliti harus dapat mencari poin-poin penting yang nantinya akan dibuat masuk akal atau berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dari hasil pengamatan dan wawancara tersebut, dibentuk kesimpulan-kesimpulan yang dapat mendukung atau bahkan dijadikan hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti merasa paradigma post-positivisme merupakan paradigma yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin memahami dan membangun visualisasi dari aktivitas hubungan pemangku kepentingan internal di PT. Indonesia Power Priok POMU.

Metode kualitatif dengan jenis deskriptif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Alasan peneliti menggunakan jenis kualitatif deskriptif adalah karena dalam penelitian ini, peneliti nantinya akan mengandalkan prinsip rumus 5W+1H (Who, What, When, Where, Why, dan How) dan tidak menggunakan ilmu statistika. Di samping itu, adapun alasan peneliti menggunakan jenis ini karena peneliti ingin menggambarkan aktivitas hubungan pemangku kepentingan internal yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU secara rinci melalui penelitian ini. Dalam penggunaan kualitatif deskriptif pun, peneliti dapat mengamati objek penelitian dengan lebih leluasa untuk mendapatkan informasi dan data yang berupa teks, audio, ataupun video yang kemudian dianalisis secara kualitatif.

Peneliti memilih PT. Indonesia Power Priok Power Generation and O&M Services Unit (POMU) sebagai subjek penelitian dan menjadikan aktivitas komunikasi stakeholder internal PR sebagai objek penelitian dan berfokus pada upaya yang dilakukan oleh PRO PT. Indonesia Power Priok POMU dalam menjaga hubungan dengan stakeholder internal nya agar tetap harmonis.

Peneliti memilih informan kunci yang sesuai dengan karakteristik dari tiga macam informan penelitian, yaitu informan kunci, informan pendukung, dan informan ahli dengan menggunakan metode purposive sampling. Alasan peneliti menggunakan purposive sampling adalah agar sumber data yang diperoleh mempunyai kredibilitas dari informan yang memang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai sehingga sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, menurut Martha & Kresno (2016) dalam Heryana (2018), tidak ada jumlah sampel minimum

dalam penelitian kualitatif asal informasi yang didapatkan sudah memadai dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Sujarweni (2020) berpendapat bahwa tahapan di mana peneliti memperoleh data mengenai penelitian yang diteliti dari sumber data disebut dengan teknik pengumpulan data. Namun, pengumpulan data tidak hanya sekedar menghimpun data saja, melainkan peneliti harus menganalisa kebenaran dan relevansi data-data yang diperoleh. Peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumen dalam mengumpulkan data untuk menunjang penelitian ini.

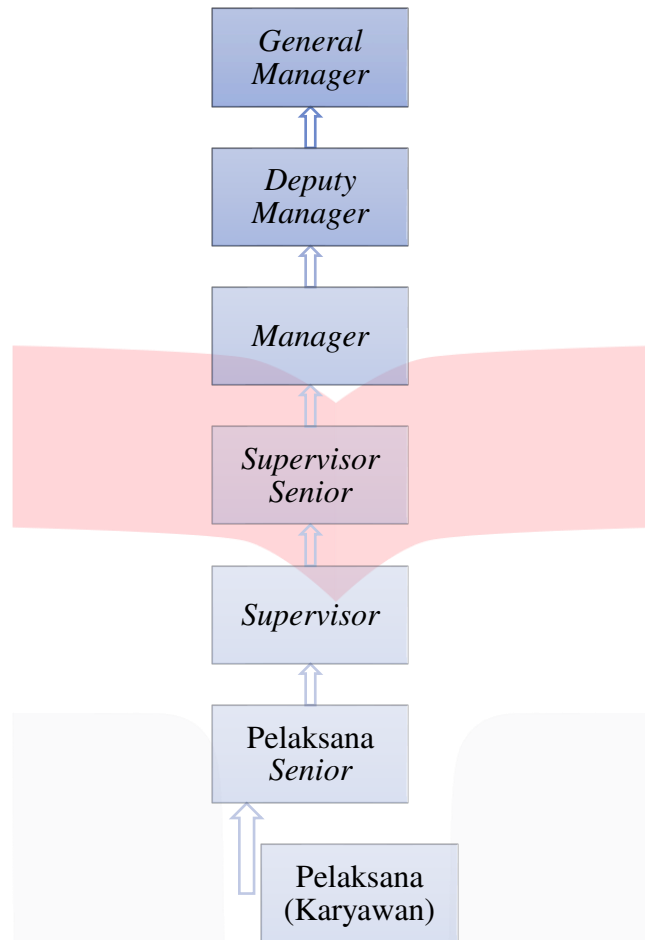
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Pemangku Kepentingan Internal

Berdasarkan pemaparan informan, peneliti mendapatkan bahwa aktivitas hubungan *stakeholder* internal yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU awalnya sangat jauh dari kata efektif, karena masih ada *stakeholder* internal, terutama karyawan yang belum ingin dan tidak dapat berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan untuk mereka. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kesibukan yang dimiliki oleh setiap karyawan. Artinya, permasalahan tersebut selaras dengan hambatan dalam teori hubungan *stakeholder* internal oleh Ruslan (2016), yang menyatakan salah satu hambatan dalam menjalankan aktivitas hubungan *stakeholder* internal adalah hambatan pada tingkat karyawan karena karyawan masih ada yang merasa tidak dihargai atau tidak merasa memiliki keinginan untuk berkontribusi dalam kegiatan yang diadakan untuk diri mereka. Oleh karena itu, aktivitas hubungan *stakeholder* internal yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU merupakan suatu hal yang esensial dan krusial dalam menjalin hubungan dan memenuhi kesejahteraan karyawan. Aktivitas tersebut memiliki tujuan terhadap keberlangsungan perusahaan karena dapat meningkatkan produktifitas dan *sense of belonging*. Pada akhirnya, Humas Indonesia Power kerap berkomitmen melakukan pengelolaan hubungan *stakeholder* internal yang dapat menciptakan komunikasi yang efektif, sekaligus memberikan dukungan yang cukup, dan menciptakan budaya serta nilai yang mendukung harmonisasi melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan untuk *stakeholder* internal dengan lebih menarik. Hal tersebut ditegaskan oleh Mas Wahyu dan Mbak Friska yang menjelaskan perubahan dari kegiatan-kegiatan yang sudah ada dirancang dengan berbeda untuk menarik minat *stakeholder* internal. Tindakan ini sesuai dengan cara yang perlu dilakukan humas untuk meningkatkan partisipan dalam aktivitas *stakeholder* internal menurut Ruslan (2016) dalam teori hubungan *stakeholder* internal, yaitu membuat kegiatan menjadi menyenangkan dan bermanfaat. Dalam cara ini, humas menyediakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan *stakeholder*, memberikan kesempatan bagi *stakeholder* internal untuk berpartisipasi, dan membuat kegiatan menjadi lebih menyenangkan dan tidak terlalu formal. Demikian, Indonesia Power Priok POMU pun dapat mengelola aktivitas hubungan *stakeholder* internal dengan lebih efektif dan meningkatkan produktivitas dengan lebih baik.

Adapun demi terjalin nya komunikasi yang lebih efektif dan tercapainya pesan, Humas Indonesia Power Priok POMU mengupayakan meningkatkan *engagement* dengan *stakeholder* internal melalui media yang mereka punya. Lebih lanjut, Humas Indonesia Power Priok POMU berupaya memanfaatkan media *online* dengan maksimal agar mudah diakses sehingga seluruh *stakeholder* internal dapat berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Ini sejalan dengan pendapat Ruslan (2016) yang menganggap pentingnya perkembangan teknologi dan perubahan dalam pola komunikasi dalam era digital saat ini, dan menyarankan agar perusahaan dapat memanfaatkan media online sebagai salah satu sarana untuk menjalankan aktivitas hubungan pemangku kepentingan internal.

Menurut informan, jika terjadi suatu masalah, adapun penyampaian pesan yang perlu dilakukan sesuai hirarki nya. Masalah yang dialami oleh karyawan, dapat disampaikan kepada atasan nya, hingga atasan nya menyampaikan ke *General Manager* jika diperlukan. Dengan kata lain, permasalahan yang terjadi di dalam organisasi disampaikan dengan pola komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*). Peneliti melihat alasan penggunaan pola komunikasi ini lebih efektif adalah karena atasan memiliki kewenangan yang lebih luas dibandingkan karyawan sehingga memungkinkan adanya solusi bagi karyawan yang memiliki masalah. Melalui komunikasi ini, secara tidak langsung karyawan telah mempercayakan atasan nya dan mengharapkan suatu tindakan ataupun sekadar *feedback* terkait permasalahan nya di perusahaan. Oleh karena itu, jika terjadi permasalahan dalam internal di Indonesia Power Priok POMU, komunikasi dari bawah ke atas memungkinkan komunikasi efektif dapat terjadi dibandingkan komunikasi atas ke bawah. Ini sejalan dengan komunikasi internal timbal balik oleh Ruslan (2016) yang menyebutkan keharusan kemampuan humas menjadi penyambung dalam perusahaan dapat dilakukan melalui komunikasi dari bawah ke atas. Di Indonesia Power Priok POMU, berikut merupakan hirarki komunikasinya apabila terjadi permasalahan.



Gambar 4.1 Struktur *Upward Communication* di PT. Indonesia Power Priok POMU
(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

1. Hubungan Pegawai
 - a. Priok CERIA
 - b. Perlombaan
 - c. Podcast SOBI Priok
 - d. *Employee/Family Gathering*
 - e. Acara Pertemuan
 - f. Senam Jum'at
 - g. Pemberian penghargaan
 - h. Kotak saran anonim dan survei
2. Hubungan Manajer
 - a. *Coffee Morning* atau Priok CERIA
 - b. Rapat Pimpinan
 - c. *Coastal Clean Up*
 - d. Sertijab Manajer
3. Hubungan Pemegang Saham
 - a. Laporan dan majalah perusahaan

B. Acara Pertemuan (*Halal Bihalal*, Perayaan HUT Perusahaan, Kunjungan Kerja)

Hasilnya, situasi hubungan dengan *stakeholder* internal di Indonesia Power Priok POMU dapat dikategorikan aman. Hal ini didukung oleh pernyataan dari informan selaku *stakeholder* internal di Indonesia Power Priok POMU, yang mengatakan bahwa ia merasakan keharmonisan dan eratnya kekeluargaan di lingkungan kerja. Dapat disimpulkan dari pernyataan informan bahwa aktivitas yang dilakukan dengan pengemasan yang mengurangi kesenjangan antara individu menciptakan rasa kekeluargaan dan keharmonisan. Ini mempengaruhi suasana kerja menjadi lebih nyaman bagi *stakeholder* internal.

Penyebab situasi hubungan *stakeholder* internal di Indonesia Power Priok POMU dapat menjadi baik adalah melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan humas ataupun dikemas ulang oleh humas dengan gaya yang berbeda dan cenderung ke arah menghibur, serta adanya kontribusi dari atasan yang turut merangkul para karyawan. Di samping itu, dampak yang didapatkan dari kegiatan tersebut ialah tumbuhnya rasa kekeluargaan dan meminimalisir *gap* antar *stakeholder* internal dalam berkomunikasi.

Dengan aktivitas hubungan pemangku kepentingan internal yang dijalankan oleh Humas Indonesia Power Priok POMU, *stakeholder* internal mendapatkan rasa *sense of belonging* dan bersedia untuk kooperatif dengan sesama divisi, maupun berbeda divisi nya, yang berpengaruh terhadap keharmonisan hubungan di lingkungan kerja. Hal ini menyebabkan tingkat prestasi dan kepuasan *stakeholder* internal terhadap perusahaan menjadi tinggi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian “Aktivitas Humas PT Indonesia Power Priok POMU dalam Menjaga Harmonisasi Hubungan Stakeholder Internal” yang telah peneliti lakukan, maka berikut merupakan kesimpulan yang dapat diperoleh.

Kegiatan hubungan pegawai yang dilakukan oleh Humas Indonesia Power Priok POMU merupakan serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk memperkuat interaksi dan komunikasi di antara karyawan. Beberapa contoh kegiatan yang dilakukan meliputi Priok CERIA, perlombaan, Employee/Family Gathering, acara pertemuan, Senam Jumat, pemberian penghargaan, kotak saran anonim, dan survei yang digunakan untuk memahami opini dan persepsi karyawan. Selain kegiatan hubungan pegawai, Humas Indonesia Power Priok POMU juga menyelenggarakan kegiatan hubungan manajer. Kegiatan-kegiatan tersebut mencakup Priok CERIA, rapat pimpinan, Coastal Clean Up, dan sertijab manajer. Setiap kegiatan tersebut dirancang untuk menjalin komunikasi yang efektif di antara manajer, meningkatkan kinerja, dan memperkuat relasi di antara manajer. Dalam hubungan pemegang saham, Humas Indonesia Power juga menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan hubungan dan transparansi dengan pemegang saham. Beberapa contoh kegiatan tersebut meliputi pemberian laporan dan majalah perusahaan, serta acara-acara pertemuan seperti halal bihalal, perayaan HUT perusahaan, dan kunjungan kerja. Semua kegiatan tersebut dirancang untuk menjalin komunikasi yang efektif, meningkatkan kepercayaan dan memberikan transparansi yang diperlukan bagi pemegang saham dalam membuat keputusan yang tepat.

Dalam melaksanakan tugasnya, Humas Indonesia Power Priok POMU menyelenggarakan berbagai macam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan *stakeholder* internal perusahaan. Kegiatan tersebut memberikan dampak yang positif bagi perusahaan, khususnya dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan rasa kekeluargaan di antara karyawan. Melalui pengemasan kegiatan yang lebih santai dan informal, Humas berhasil mengurangi kesenjangan dalam hubungan antar *stakeholder* internal, sehingga memberikan kesempatan yang lebih leluasa bagi karyawan untuk berkomunikasi dan menyampaikan perasaan mereka. Penciptaan keharmonisan di lingkungan kerja tersebut didasari oleh pemenuhan kepentingan dan kebutuhan yang sama dari setiap *stakeholder* internal. Oleh karena itu, kegiatan hubungan pemangku kepentingan internal yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU sangat penting untuk menjaga kesejahteraan dan kestabilan perusahaan.

Peneliti yang menyelenggarakan skripsi ini berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan atau organisasi lain sebagai dasar referensi dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan internal yang harmoni dan kondusif di lingkungan kerja. Selain itu, peneliti juga merekomendasikan kepada PT. Indonesia Power Priok POMU untuk mengimplementasikan kegiatan yang lebih banyak dan menarik bagi pemangku kepentingan internal, khususnya manajer dan pemegang saham, dengan tujuan untuk meningkatkan komitmen dan kepuasan mereka, seperti kompetisi kreatif atau acara sosial yang lebih banyak yang ditujukan khusus untuk mereka. Dengan demikian, hal tersebut dapat menciptakan lingkungan kerja yang santai dan nyaman. Lebih jauh lagi, peneliti

berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai patokan bagi perusahaan lain untuk mengembangkan program serupa yang dilakukan oleh Humas PT. Indonesia Power Priok POMU.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2019). *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Arsyad, A. W. (2015). Membangun Hubungan Internal yang Solid untuk Menciptakan Iklim Komunikasi yang Positif di dalam Organisasi. *DEDIKASI: Jurnal Ilmiah Sosial, Hukum, Budaya Vol. 3 No. 2*, 35-44.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publication, Inc.
- Freeman, R. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Working Paper*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Heryana, A. (2018). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Penelitian*.
- Irawan, B. (2018). Organisasi Formal dan Informal: Tinjauan Konsep, Perbandingan, dan Studi Kasus. *Jurnal Administrative Reform*, 195-220.
- Kennan, W. R., & Hazleton, V. (2006). Internal Public Relations, Social Capital, and the Role of Effective Organizational Communication. *Public Relations Theory II*, 311-338.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 33-39.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Neuman, W. L. (2007). *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Noffytasari, P. (2010). *The Activities of Public Relations in Sahid Jaya Hotel Surakarta*. Surakarta: Sebelas Maret University.
- Nurliyah, & Nuryanto, Y. (2010). *Tugas Audit Investigasi: Kasus PT. Adaro Energy Tbk*. Pamulang: Universitas Pamulang.
- Pace, R. W., & Faules, D. (2006). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pandita, A. D., & Musoli. (2019). Pengaruh Keadilan Distributif Kompensasi dan Keadilan Prosedural Kompensasi terhadap Employee Engagement dan Kinerja Karyawan PT. Ameya Livingstyle Indonesia. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 16-30.
- Pasciana, R. (n.d.). *Hubungan Internal dan Eksternal Public Relations [PowerPoint slides]*. Retrieved from https://www.academia.edu/38487774/hubungan_internal_dan_eksternal_PR
- Patria, F. Y. (2012). *Hubungan Antara Sense of Community dengan Distres Psikologik Pada Warga Fakultas Psikologi Universitas Indonesia*. Universitas Indonesia, Fakultas Psikologi. Depok: Universitas Indonesia.
- PT. PLN. (2021). *Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL) PT PLN (Persero) 2021-2030*. Jakarta: PT. PLN.
- Purvis, O. (2016, October 27). *RIERA STEPHANA – PROMOTION COORDINATOR & PUBLIC RELATION OF CIPUTRA WORLD MALL SURABAYA*. Retrieved from CityMagz: <https://www.citymagz.net/riera-stephana-promotion-coordinator-public-relation-ciputra-world-mall-surabaya/>
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Riinawati. (2021). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Bantul: PT. Pustaka Baru.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Sinduwiatmo, K. (2018). *Buku Ajar Manajemen Publik Relasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Smith, P. B., Moscow, D., Berger, M., & Cooper, C. (1969). Relationships Between Managers and Their Work Associates. *Administrative Science Quarterly*, 338-345.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Theaker, A. (2016). *The Public Relations Handbook*. London: Routledge.
- ThurLOW, A., Sévigny, A., & Dottori, M. (2018). Global Capabilities in Public Relations. *Public Relations Journal*.

- Wright, J. H., & Christian, B. H. (1949). *Public Relations in Management*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Yulianita, N. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (P2U - LPPM UNISBA).

