

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mendeskripsikan penelitian mengenai lima aspek komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh *public relations* terhadap karyawan di Radio Oz Bandung. Dengan menjawab pertanyaan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti, mengenai kegiatan *public relations* dalam membangun motivasi terhadap karyawan berdasarkan lima aspek komunikasi antarpribadi yang akan dibahas dalam penelitian ini, aspek tersebut meliputi aspek keterbukaan, aspek empati, aspek sikap mendukung, aspek sikap positif, dan yang terakhir aspek mengenai kesetaraan.

Penelitian dilakukan pada bulan November 2015 langkah pertama yang dilakukan adalah turun langsung ke lapangan dan melihat kegiatan yang terjadi di Radio Oz Bandung. Sebelum lebih lanjut, peneliti pernah melakukan aktivitas magang dan *job train* di Radio Oz Bandung, jadi tidak ada kesulitan dalam pencarian informasi yang di butuhkan oleh peneliti untuk membuat penelitian akhir (skripsi). Dalam mengelola *data primer*, peneliti melakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) dan pihak yang diwawancara adalah Resti selaku *public relations* Radio Oz Bandung, adapun karyawan dari tiap divisi, seperti karyawan dari divisi kreatif dan produksi sebagai penguat apakah kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* terbukti kebenarannya dan adakah efektif atau tidak.

4.1 Deskripsi Informan Penelitian

Semua informan dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk disebutkan namanya, adapun informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Resty Randhika (*Public relations Radio Oz Bandung*)

Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara bersama Resty merupakan informan yang peneliti pertama kali wawancara dan berdiskusi mengenai permasalahan penelitian. Beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan kapan saja asalkan tidak mengganggu kesibukan beliau dalam bekerja. Dengan penampilan beliau yang sangat tomboy dan *sporty*, berwibawa, lugas dalam berbicara beliau bersedia menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Beliau pun tidak segan-segan untuk membantu peneliti mencari informan lainnya agar bersedia menjadi informan dalam penelitian serta mencari data-data yang berguna bagi kesempurnaan penelitian ini. Tidak ada persaan canggung dalam diri peneliti karena peneliti dan beliau telah saling mengenal sejak peneliti melakukan *job training* atau praktek kerja lapangan (PKL).

2. Ilham Feritiansyah (*Production Radio Oz Bandung*)

Informan kedua peneliti wawancarai adalah Ilham Feritiansyah. Peneliti memiliki kesan bahwa beliau adalah sosok yang sangat ramah dan murah senyum selain itu juga peneliti merasa di perlakukan sebagai teman atau sahabat dengan panggilan khasnya kepada peneliti ketika peneliti mengajak beliau untuk berdiskusi. Beliau juga sangat antusias membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti

merasa sudah sangat dekat dengan beliau karena peneliti sudah sangat beliau ketika peneliti melakukan job training atau praktek kerja lapang (PKL).

3. Andre Cahyo (*Creative Radio Oz Bandung*)

Informan terakhir peneliti melakukan wawancara dengan Andre Cahyo. Peneliti memiliki kesan bahwa beliau adalah orang yang ramah serta humoris. Secara keseluruhan informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang yang ramah dan terbuka ketika peneliti melakukan wawancara serta tidak segan-segan membantu peneliti ketika peneliti membutuhkan sesuatu yang kaitanya dengan penelitian.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh Peneliti pada kurun waktu bulan November 2015. Dimana seluruh informan yang melakukan wawancara mendalam adalah karyawan Radio Oz Bandung.

4.2.1 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi keterbukaan (*openness*) yang terjadi di manajemen Radio Oz

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan mengenai bagaimana *public relations* Radio Oz melakukan aspek keterbukaan kepada para karyawannya. Diperoleh hasil yang hampir serupa antar jawaban yang satu dengan jawaban lainnya dari masing-masing informan.

Dalam komunikasi antar pribadi aspek *openness* narasumber memberikan informasi sesuai dengan apa yang di harapkan oleh penulis. Di Perusahaan Radio OZ, *public relations* sangat terbuka kepada karyawan di karenakan, dengan adanya keterbukaan karyawan dan *public relations* dapat bekerja dengan kompak selain itu meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan, selain kekompakan dengan adanya keterbukaan karyawan diharapkan memiliki sifat kejujuran. Hal ini di perkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan Resty selaku *public relations* Radio Oz

“Dalam perusahaan ini kami di tuntut untuk bekerja team jadi keterbukaan harus di lakukan dalam berinteraksi, bahkan kerap kali saya melakukan persuasi terhadap karyawan. Persuasi yang saya lakukan adalah dengan menanggapi sahabat bagi semua divisi kerja, dengan komunikasi tersebut jadi tidak ada kecanggungan dari kedua belah pihak. Menurut saya keterbukaan sangat berperan sekali dalam keluarga kita harus terbuka, apalagi dalam perusahaan.”¹⁰

Perusahaan Radio Oz dapat diambil kutipan dari narasumber Resty sirkulasi kerja di Radio Oz Bandung di tuntut untuk dapat berbaur sebagai mahluk sosial. Resty selaku *public relations* membuat sistem yang dimana karyawan dengan *public relations* bekerja dan melakukan komunikasi layaknya keluarga. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kedekatan antara *public relations* dan karyawan. Hal ini juga diperkuat dari pernyataan Ilham selaku karyawan divisi produksi beliau menyatakan bahwa:

“Di radio ini karyawan dan *public relations* bekerja sangat terbuka. Setiap komunikasi yang dilakukan oleh kedua pihak sampai saat ini bersifat transparansi tidak ada yang tertutupi. Walaupun sirkulasi kerja *public relations* di Radio Oz merangkap juga sebagai marketing namun *public relations*

¹⁰ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

masih dapat menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan”.¹¹

Setelah mengetahui adanya komunikasi yang baik antara *public relations* dan karyawan peneliti mengajukan pertanyaan terhadap Resty bahwa apakah *public relations* sering mengadakan konseling terhadap karyawan, jawaban Resty sebagai berikut:

“Untuk layanan konseling tentunya saya selalu mengadakan layanan konseling tentunya saya sering lakukan. Pengadaan layanan konseling yang saya lakukan setiap sebulan sekali pada saat mengadakan rapat bulanan, hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada permasalahan *internal* yang dialami karyawan maupun kebalikannya”.¹²

Dapat dilihat dari pernyataan Resty bahwa kegiatan konseling bersifat sangat penting, dengan adanya kegiatan konseling karyawan dapat terbuka mengenai masalah yang dialami. Permasalahan yang terjadi ini akan diselesaikan dengan cara sharing dan mufakat untuk mencari jalan solusinya.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Andre, beliau meyakini bahwa:

“Konseling yang dilakukan oleh Resty paling sebulan sekali. Kegiatan konseling yang dilakukan seperti revisi kinerja karyawan. Maupun melakukan curhat mengenai permasalahan dalam dunia kerja, seperti konflik antara karyawan maupun masalah pribadi yang dialami oleh karyawan.”¹³

¹¹ Wawancara bersama Ilham 6 November 2015

¹² Wawancara bersama Resty 2 November 2015

¹³ Wawancara bersama Andre 8 November 2015



Gambar 4.1 Kegiatan Konseling Radio Oz
Sumber: Penelusuran Penelitian 2015

Keterbukaan yang dilakukan oleh *public relations* kepada karyawan, membuat karyawan menjadi nyaman dalam bekerja. Selain kenyamanan karyawan dapat meminimalisir permasalahan yang terjadi dan dapat mengenali karakter masing-masing karyawan, dikarenakan masih ada rasa canggung bawahan dan atasan bahkan sesama karyawan. Kegiatan yang sering dilakukan oleh direktur yaitu adalah *sharing*, dengan *sharing* direktur mengetahui tentang permasalahan yang terjadi baik masalah pribadi maupun tidak, hal ini dilakukan oleh direktur bertujuan untuk menjaga kekompakan yang telah terjadi karena pada dasarnya bahwa perusahaan Radio Oz dituntut untuk bekerja team bukan individu, oleh sebab itu harus ada rasa kekeluargaan bagi karyawan Oz itu sendiri. Di mata karyawan Resty memiliki sifat yang *humble* sehingga tidak ada rasa kesulitan karyawan untuk memberikan inovasi gagasan maupun *sharing* permasalahan yang terjadi. hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Ilham, beliau menyatakan bahwa:

“Resty dengan saya sangat dekat sekali, apalagi posisi saya produksi bagaimanapun divisi saya ini harus dekat sekali dengan public relations, segala permasalahan yang terjadi tentunya saya sering membicarakan langsung terhadap Resty. Menurut saya Resty juga memiliki sifat yang jujur terhadap karyawan hal ini sangat baik dikarenakan beliau dapat menjadi contoh bagi karyawan”¹⁴

Dapat dilihat dari pernyataan Ilham bahwa *public relations* Radio Oz Bandung memiliki kedekatan yang baik selain kedekatan, *public relations* Radio Oz juga menjalin komunikasi dengan baik, hal ini membuat pertanyaan baru dalam penelitian ini. Akhirnya peneliti menanyakan kepada Resty apakah ada bantuan dari media dalam melakukan komunikasi terhadap karyawan selaku memenuhi aspek keterbukaan yang anda lakukan, dan beliau menjawab bahwa:

“Melakukan komunikasi seperti konseling tentunya saya lebih nyaman dengan tatap muka langsung dengan karyawan secara empat mata ataupun lebih. Namun sering permasalahan atau memberikan aspirasi, ide atau gagasan mengenai kerjaan saya sering terkadang melakukan komunikasi lewat *hand phone*. Saya membuat group dalam aplikasi “*Line*” dalam group ini juga karyawan maupun saya dapat berkomunikasi membahas mengenai permasalahan maupun *sharing* ide kreatif mengenai kerjaan”.¹⁵

Dengan melakukan komunikasi dengan menggunakan media hal ini diharapkan oleh Resty dapat menjalin keharmonisan antara karyawan Radio Oz. Selain itu juga karyawan dapat terbuka mencurahkan permasalahan maupun pemberian ide atau gagasan mengenai kerjaan langsung lewat *hand phone*. Dapat dilihat bahwa penggunaan media ini bersifat sangat efektif dalam melakukan komunikasi antarpribadi tentunya, karena bersifat lebih *flexible*. Kegiatan yang Resty lakukan diperkuat oleh pernyataan dari Andre, beliau menyatakan bahwa:

¹⁴ Wawancara bersama Ilham 6 November 2015

¹⁵ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

“Media juga sangat berpengaruh dalam berkomunikasi antara karyawan. Kita membuat *group* dalam aplikasi “Line” agar memudahkan dalam berkomunikasi antara karyawan. dalam group yang dibuat Resty di aplikasi“Line” ini karyawan dapat melakukan komunikasi secara bebas, baik membahas masalah kerja hingga bercanda.”¹⁶



Gambar 4.2 Aplikasi Line yang digunakan oleh Karyawan dalam berkomunikasi

Sumber: Penelusuran penelitian 2015

4.2.2 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi empati (*empathy*) yang terjadi di manajemen Radio Oz

Fokus penelitian aspek komunikasi antar pribadi yang terjadi di Radio Oz bahwa *public relations* Selain itu direktur dapat memahami dan menerima apa keluhan yang di alami karyawan dan saran yang diberikan oleh karyawan, hal ini rasa *emphaty* yang dirasakan *public relations* di butuhkan dalam memahami dan merasakan kesulitan maupun mempererat hubungan antara *public relations* bersama karyawan.

¹⁶ Wawancara bersama Andre 8 November 2015

Dalam sikap empati yang dilakukan oleh Resty selaku *public relations* Radio Oz dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang cukup menarik. Selama seminggu sekali Resty melakukan silaturahmi ke setiap karyawan. Hal ini bertujuan dapat merasakan hal yang terjadi oleh karyawan. Dengan hal tersebut karyawan dan *public relations* dapat menjalin hubungan lebih dekat layaknya keluarga. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Resty, beliau menyatakan bahwa:

“Terkandang sebagai *public relations* tentunya harus peka dalam segala kondisi yang dialami oleh karyawan. Bagaimana kita dapat mengatur karyawan, bila kitanya tidak dapat memahami karyawan itu sendiri. hal-hal yang terjadi oleh karyawan tentunya saya sebagai divisi *public relations* harus dapat mengetahui apa saja hal terjadi dalam karyawan. yang terpenting sih mampu merasakan”.¹⁷

Dengan pernyataan Resty pentingnya mengenai sikap empati yang beliau lakukan di Radio Oz. Tentunya hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Ilham, beliau mengatakan bahwa:

“Terkadang Resty dapat memahami apa yang kita rasakan dalam pekerjaan. Seperti melakukan silaturahmi, terus juga ngebantu kinerja outdoor yang dilakukan oleh divisi Ob Van, suka ngasih uang membelikan makanan juga buat karyawan yang bekerja lembur.”¹⁸

¹⁷ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

¹⁸ Wawancara bersama Ilham 6 November 2015



Gambar 4.3 Kegiatan Silaturahmi yang dilakukan Oleh Resty selaku *public relations* Radio Oz Bandung
Sumber: Penelusuran penelitian 2015

Sikap empati yang Resty lakukan sebagai garis besarnya adalah dapat merasakan apa yang apa yang dirasakan oleh karyawan. Sesuai pernyataan tersebut terkadang karyawan sering mengeluh mengenai apa yang di rasakan oleh seperti keluhan yang di alami karyawan. Sebagai *public relations* Resty langsung menyikapi hal tersebut, di karenakan sudah menjadi tugas *public relations* dalam melakukan pencegahan dala permasalahan yang terjadi di perusahaan. Hal kecil lain yang berdampak besar bila telah terjadi sesuatu yang tidak diinginkan terhadap karyawan seperti kecelakaan Resty selalu terjun langsung kepada karyawan yang terkena musibah dan langsung memberikan bantuan. Hal ini di perkuat oleh pernyataan Andre, beliau menyatakan bahwa:

“Kalau sikap empati, Resty sangat dapat memahami keluhan yang dialami karyawan bahkan hal yang menimpa karyawan

pun Resty sangat sigap menyikapinya. Seperti contoh dulu saya pernah tabrakan orang yang paling pertama menolong Resty pada saat itu. Biaya rumah sakit dan operasi langsung di tanggung sama Resty.”¹⁹

Komunikasi Antarpribadi dari aspek *Emphaty* sangat di perlukan di perusahaan Radio Oz, dengan adanya aspek *Emphaty* karyawan dapat bekerja sesuai dengan yang diharapkan di tambah adanya sikap peduli yang di berikan *public relations*, hal ini dapat meringankan beban karyawan selain itu contoh “*figure*” *public relations*, yang sangat baik dapat menjadikan inspirasi maupun pedoman bagi karyawan.

4.2.3 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi sikap mendukung (*supportiveness*) yang terjadi di manajemen Radio Oz.

Sikap mendukung adalah salah satu aspek yang paling penting dalam melakukan kegiatan motivasi terhadap karyawan tentunya melalui komunikasi antarpribadi. Kegiatan dalam mendukung karyawan tentunya dilakukan oleh *public relations* ini bertujuan agar karyawan merasa semangat dalam bekerja, hal ini sangat berpengaruh dalam kinerja karyawan agar mencapai maksimal. Tentunya bila performa karyawan baik, tujuan perusahaan pun akan segera tercapai dengan lebih mudah.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan surver apakah kegiatan sikap mendukung yang dilakukan oleh *public relations* dalam memotivasi karyawan, dengan santai Resty menyatakan bahwa:

“Dalam melakukan motivasi terhadap karyawan tentunya saya mendukung melalui berbagai cara, seperti, dukungan verbal yang saya beri, memberikan bonus kerja terhadap karyawan yang berprestasi, memberikan sarana yang yang

¹⁹ Wawancara bersama Andre 8 November 2015

nyaman bagi karyawan hingga memenuhi kebutuhan apa yang dibutuhkan bagi karyawan. Bonus kerja misalkan, bonus kerja yang diberikan macam-macam ada pemberian tiket konser, *voucher* menginap, hingga uang tunai. Segala bonus yang diberikan terhadap karyawan, saya dapatkan dari hasil kerjasama sistem *sharing profit* terhadap klien-klien saya, jadi lumayan tidak mengeluarkan uang perusahaan terlalu banyak. Bila dari sarana yang saya berikan adalah kebutuhan yang memang saya wajib berikan kepada karyawan bila ada kekurangan atau kerusakan, hal ini diberikan bertujuan agar karyawan bekerja merasa nyaman di perusahaan Radio Oz ini. Yang terakhir uang tunai saya beri kepada karyawan bila karyawan dapat mencapai target lebih, biasanya bagi divisi *marketing* seringnya.”²⁰

Hal ini dapat diambil dari pernyataan Resty bahwa kepuasan kerja mempunyai peranan penting terhadap prestasi kerja karyawan, ketika seorang karyawan merasakan kepuasan dalam bekerja maka karyawan tersebut akan berupaya semaksimal mungkin dengan segenap kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan tugasnya, yang akhirnya akan menghasilkan kinerja dan pencapaian yang baik bagi perusahaan. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap produktivitas organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini mengantisipasi atas ketidakpuasan karyawan yang merupakan titik awal dari masalah-masalah yang muncul dalam perusahaan seperti kemangkiran, konflik manager-pekerja dan perputaran karyawan. Dari sisi pekerja, ketidakpuasan dapat menyebabkan menurunnya motivasi, menurunnya moral kerja, dan menurunnya tampilan kerja baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif.

²⁰ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

Kegiatan yang Resty lakukan dalam memenuhi aspek sikap mendukung dalam berkomunikasi, hal ini juga diperkuat dari pernyataan ilham, beliau menyatakan bahwa:

“Terkadang Resty melakukan kegiatan mendukung dalam memotivasi karyawan dengan menggunakan *reward*. *Reward* ini di berikan dengan persyaratan-persyaratan tertentu, jadi tidak semua karyawan bisa mendapatkan *reward*. Menurut pengalaman saya kenal sama Resty, sering banget memberikan hadiah terhadap kinerja saya”.²¹



Gambar 4.4 Contoh Voucher yang diberikan Resty
Sumber: Penelusuran penelitian 2015

Hal ini sangat berbeda yang dirasakan oleh Andre, sebagai divisi kreatif Andre lebih merasakan bahwa Resty mendukung karyawan dengan memberikan fasilitas yang nyaman dan memberikan fasilitas yang dapat membantu dalam kinerja. Fasilitas yang diberikan oleh Resty seperti meminjamkan laptop dan meminjamkan mobil dalam melakukan aktivitas. Pemberian fasilitas yang nyaman yang diberikan Resty adalah salah satu dukungan dalam bentuk non material yang tujuan dalam memotivasi karyawan. Hal ini diperkuat dari pernyataan Andre, beliau menyatakan bahwa:

²¹ Wawancara bersama Ilham 6 November 2015

“Kegiatan mendukung yang Resty lakukan terhadap saya, mungkin dari pemberian fasilitas dalam mendukung kinerja. Seperti meminjamkan laptop selain itu juga meminjamkan mobil dalam bekerja. Hal ini juga yang membuat saya bersemangat bekerja di perusahaan ini, semuanya di sediakan layaknya rumah atau bisa dikatakan *feels like home*.²²



Gambar 4.5 Sirkulasi ruangan kerja yang nyaman di Radio Oz Bandung

Sumber: Penelusuran Pustaka 2015

4.2.4 Keefektifitas aspek komunikasi antarpribadi sikap positif (*positiveness*) yang terjadi di manajemen Radio Oz

Fokus penelitian dari aspek komunikasi dalam memotivasi karyawan yang di tinjau dari aspek sikap positif ini bertujuan peneliti ingin mengetahui bagaimana *public relations* melakukan sikap positif terhadap karyawan guna membuat sirkulasi kerja yang baik. Kegiatan yang ingin diketahui peneliti tersebut langsung diberi tanggapan oleh Resty, beliau menyatakan bahwa:

“Sikap positif yang gw lakukan adalah membuat sirkulasi di perusahaan ini nyaman. Seperti mengadakan kumpul bareng maupun liburan bareng. Menurut saya dengan hal tersebut tentunya karyawan akan merasa nyaman di tempat ini. Selain itu terkadang sebulan sekali saya suka mengadakan kegiatan

²² Wawancara bersama Andre 8 November 2015

lucu-lucuan, seperti jomblo *of the year*, paling cerewet, dan masih banyak lagi. Positif yang dilakukan oleh saya ya membuat suasana yang nyaman dalam perusahaan ini”.²³

Dapat dilihat bahwa kegiatan yang Resty lakukan adalah melakukan liburan dan nongkrong. Hal ini dimaksud agar memperlancar hubungan karyawan dengan karyawan lainnya. Siklus hubungan yang sangat positif yang tercipta antara public relations dengan karyawan sangat penting dilakukan yang dimana untuk menekan tingkat kebosanan yang di akibatkan kurang nyamannya komunikasi yang tercipta.



**Gambar 4.6 Kegiatan pemberian Angket terhadap karyawan
Sumber: Penelusuran Penelitian 2015**

Kegiatan yang dilakukan oleh Resty ini di perkuat oleh pernyataan dari Ilham, beliau mengatakan bahwa:

“Setiap enam bulan sekali kita sering berlibur guna menciptakan kekompakan juga antara karyawan. Liburan yang dilakukan oleh karyawan di peruntungkan bagi semua karyawan. Semua yang mengurusnya Resty. Setau saya dari semua liburan yang dilakukan oleh karyawan adalah hasil

²³ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

voucher dari kinerja Resty. Menurut saya yang sikap positif yang ada di Radio Oz seperti itu.”²⁴

Selain pernyataan dari Ilham adapun pernyataan dari Andre yang menunjukkan bahwa adanya sikap positif yang dilakukan oleh public relations yaitu kegiatan nongkrong setelah pulang bekerja. Kegiatan nongkrong ini dilakukan oleh karyawan yang kebetulan butuh saja. Tempat nongkrongnya pun sangat macam-macam mulai dari restoran hingga taman bermain.

“Selain liburan, biasanya saya sama Resty melakukan aktivitas nongkrong alias chill out gitu. Seringnya di café-café tapi pernah sesekali ke taman-taman yang di Bandung cari jajanan yang enak. Menurut saya kegiatan ini sangat penting sekali untuk menciptakan kekompakan.”²⁵



**Gambar 4.6 Kegiatan Liburan Karyawan Radio Oz Bandung
Sumber: Penelusuran Penelitian**

²⁴ Wawancara bersama Ilham 6 November 2015

²⁵ Wawancara bersama Andre 8 November 2015

4.2.5 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi kesetaraan (*equality*) yang terjadi di manajemen Radio Oz

Aspek komunikasi dari sikap kesetaraan peneliti ingin mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* dalam menjaga hubungan antara *public relations* dan karyawan. Hal yang ingin diketahui oleh peneliti apakah *public relations* dapat menerima apresiasi dari karyawan. Rasa penasaran peneliti mendapat tanggapan langsung dari Resty, beliau menyatakan bahwa:

“Dalam bidang kesetaraan mungkin yang saya lakukan adalah dapat *sharing* terbuka, mungkin dengan karyawan entah ide maupun aspirasi mengenai kerjaan. Untuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan *sharing* dalam rapat mingguan. Sirkus kerja sebagai team sangat diharuskan kesetaraan. Tentunya saya menjaga komunikasi *upward* dan *downward* dengan baik.”²⁶

Kegiatan yang dilakukan oleh Resty dalam meningkatkan motivasi dalam aspek kesetaraan dapat dilihat mengadakan *sharing* dan dapat menerima masukan dari karyawan. Hal ini diperuntukan bahwa kerja di Radio Oz bekerja sebagai *team* diwajibkan karyawan maupun *public relations* dapat menjalin hubungan komunikasi dengan baik.

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan dari Andre, beliau menyatakan bahwa:

“Di Radio Oz ini bahwa semua karyawan bekerja sebagai *team*, saling dapat menutupi kekurangan dari semua karyawan bagi dari setiap divisi. Hal yang terpenting adalah dapat menerima aspirasi karyawan dengan hal tersebut komunikasi antara *public relations* dan karyawan tetap terjaga dengan baik.”²⁷

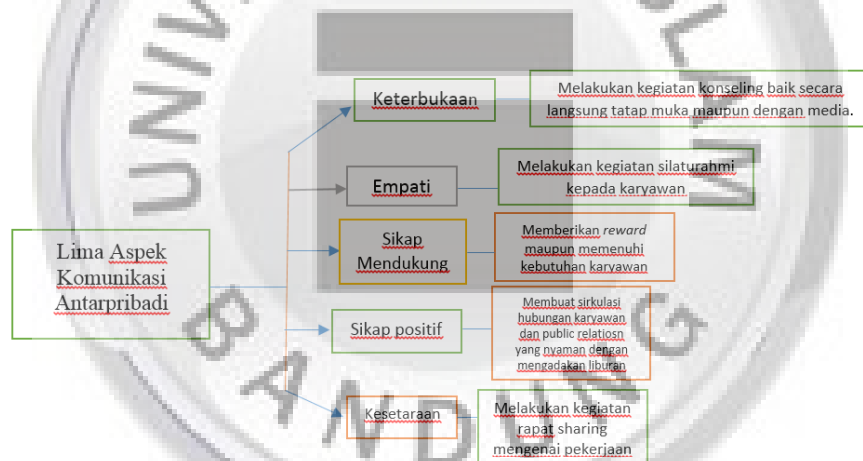
²⁶ Wawancara bersama Resty 2 November 2015

²⁷ Wawancara bersama Andre 8 November 2015



Gambar 4.7 Kegiatan rapat karyawan Radio Oz Bandung
Sumber: Penelusuran penelitian 2015

Dengan pernyataan dari narasumber Resty selaku *public relations* Radio oz, peneliti membuat model agar dapat mudah dipahami dan mudah dibaca. Model dibuat seperti berikut:



Model 4.1 Model peneliti kegiatan *public relations* dalam melakukan lima aspek komunikasi antarpribadi dalam memotivasi karyawan

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu November 2015 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Islam Bandung dan *Public relations* Program Studi Ilmu Komunikasi, Radio Oz Bandung, hinggann persetujuan karyawan Radio Oz Bandung sebagai informan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang, bagaimana keefektifan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh *public relations*. Dalam meningkatkan motivasi karyawan?

4.3.1 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi keterbukaan (*openness*) yang terjadi di manajemen Radio Oz

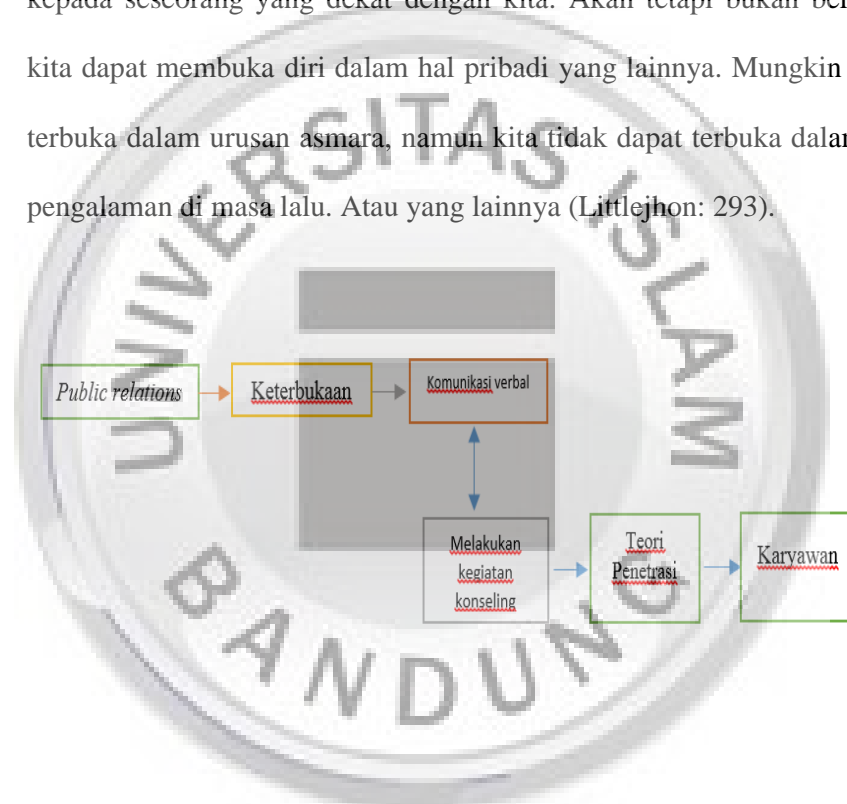
Dalam komunikasi antarpribasi dilihat dari aspek keterbukaan yang terjadi di manajemen Radio Oz Bandung bahwa melakukan komunikasi yang bertujuan meningkatkan keterbukaan antara *public relations* dengan karyawan. Kegiatan ini dilakukan melalui komunikasi verbal ini dilakukan dengan menggunakan kegiatan konseling yang dimana bertujuan karyawan agar dapat merasa intim dan memiliki rasa kekeluargaan terhadap perusahaan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan teori penetrasi sosial, Altman dan Taylor menjelaskan beberapa penjabaran sebagai berikut:

Keterbukaan-diri (*self disclosure*) bersifat resiprokal (timbal-balik), terutama pada tahap awal dalam suatu hubungan. Menurut teori ini, pada awal suatu hubungan kedua belah pihak biasanya akan saling antusias untuk membuka diri, dan keterbukaan ini bersifat timbal balik. Akan tetapi

semakin dalam atau semakin masuk ke dalam wilayah yang pribadi, biasanya keterbukaan tersebut semakin berjalan lambat, tidak secepat pada tahap awal hubungan mereka. Dan juga semakin tidak bersifat timbal balik.

Dalam teori penetrasi sosial, kedalaman suatu hubungan adalah penting. Tapi, keluasan ternyata juga sama pentingnya. Maksudnya adalah mungkin dalam beberapa hal tertentu yang bersifat pribadi kita bisa sangat terbuka kepada seseorang yang dekat dengan kita. Akan tetapi bukan berarti juga kita dapat membuka diri dalam hal pribadi yang lainnya. Mungkin kita bisa terbuka dalam urusan asmara, namun kita tidak dapat terbuka dalam urusan pengalaman di masa lalu. Atau yang lainnya (Littlejohn: 293).



Model 4.2 Kefektifitas aspek keterbukaan dalam meningkatkan motivasi karyawan

Sumber: Modifikasi penelitian 2015

4.3.2 Mengetahui keefektifitas aspek komunikasi antarpribadi empati (*empathy*) yang terjadi di manajemen Radio Oz.

Dalam membangun hubungan dengan publik *internal* ada terdapat tujuan yang ingin dicapai yaitu munculnya adanya *goodwill* (pengertian bersama)

dan adanya rasa saling mempercayai serta saling menghargai. Selain itu yang menjadi khalayak dalam membangun hubungan dengan internal *public relations* adalah :

5. *Employee relations*, yaitu memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan karyawan dalam kepegawaian secara normal.

6. *Human relations*, yaitu memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam perusahaan secara formal, sebagai manusia (secara manusiawi), pergaulan antara sesama manusia, bukan hubungan manusia secara formal

7. *Lobour relations*, yaitu memelihara hubungan antara direksi/manajer dengan serikat serikat buruh dalam perusahaan serta turut menyelesaikan masalah masalah yang timbul, mengadakan tindakan tindaka prevektif, mencegah kesulitan kesulitan yang timbul.

8. *Stakeholder relations* yaitu sesuai dengan kebutuhan perusahaan dengan mengadakan hubungan dengan pemegang saham.

Dari penjelasan tersebut bahwa kegiatan dalam melakukah sikap empati itu sangat penting guna memelihara sirkus kerja perusahaan maupun hubungan antara *public relations* dan karyawan. Kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* dalam melakukan sikap emapti adalah melakukan komunikasi verbal bersama karyawan dengan mengadakan silaturahmi ke rumah karyawan. Selain itu mengadakan nongkrong atau kumpul-kumpul bersama karyawan.

Dengan hal tersebut bahwa kegiatan *public relations* lakukan dapat dikaitkan dengan kegiatan penetrasi mungkin akan cepat di awal akan tetapi akan semakin berkurang ketika semakin masuk ke dalam lapisan yang makin dalam. Tidak ada istilah “langsung akrab”. Keakraban itu semuanya membutuhkan suatu proses yang panjang. Dan biasanya banyak dalam hubungan interpersonal yang mudah runtuh sebelum mencapai tahapan yang stabil. Pada dasarnya akan ada banyak faktor yang menyebabkan kestabilan suatu hubungan tersebut mudah runtuh, mudah goyah. Akan tetapi jika ternyata mampu untuk melewati tahapan ini, biasanya hubungan tersebut akan lebih stabil, lebih bermakna, dan lebih bertahan lama.

Dikarenakan dalam masa-masa awal hubungan kita dengan seseorang biasanya kita melihat penampilan fisik atau tampilan luar dari orang tersebut, kesamaan latar belakang, dan banyaknya kesamaan atau kesamaan terhadap hal-hal yang disukai atau disenangi.



Model 4.3 Kefektifitas aspek empati dalam meningkatkan motivasi karyawan

Sumber: Modifikasi penelitian 2015

4.3.3 Keefektitas aspek komunikasi antarpribadi sikap mendukung (*supportiveness*) yang terjadi di manajemen Radio Oz.

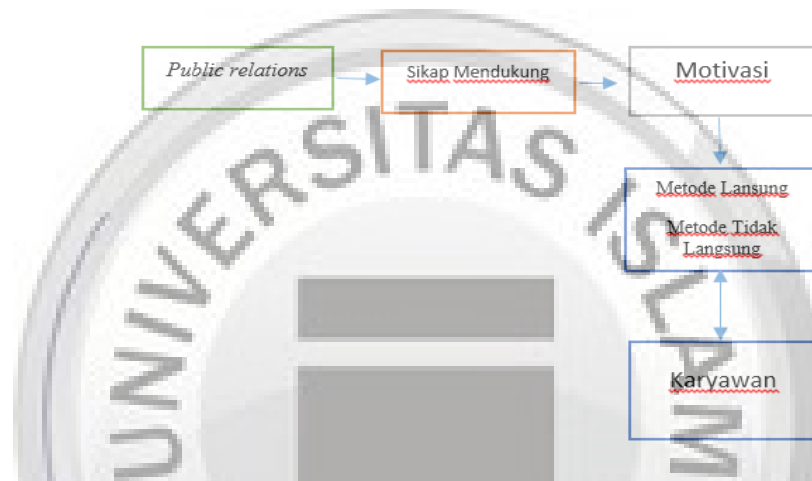
Dalam melakukan sikap mendukung *public relations* melakukan kegiatan yang dimana bertujuan memotivasi karyawan. Kegiatan yang dilakukan adalah bagaimana karyawan dapat bekerja dengan giat dan hasil yang maksimla daengan memberikan imbalan seperti *reward* dan pemberian fasilitas yang memungkinkan dalam bekerja sehingga kinerja para karyawan akan memperoleh hasil yang maksimal.

Hal ini sebagaimana Dalam kutipan dari McClland (Malayu, 2014:221) menjelaskan mengenai alat-alat motivasi yang diantaranya. :

4. Material instensif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa uang dana tau barang yang mempunyai nilai pasar; jadi memberikan kebutuhan ekonomis. Misalnya, kendaraan, rumah, dan lain-lainnya.
5. Nonmaterial insetif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa barang atau benda yang tidak ternilai; jadi hanya memberikan kepuasan atau kebanggaan rohani saja. Misalnya, medali, piagam, bintang jasa, dan lain-lainnya.
6. Kombinasi material dan nonmaterial insetif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa material (uang dan barang) dan nonmaterial (medali-piagam) jadi memenuhi kebutuhan ekonomis dan kepuasan atau kebanggaan rohani.

Dalam melakukan motivasi kegiatan memberikan *reward* seperti memberikan voucher hingga uang tunai bagi karyawan. Hal ini *public*

relations melakukan kegiatan metode motivasi langsung yang dimana Metode langsung (*direct motivation*), adalah motivasi (material dan nonmaterial) yang diberikan secara langsung kepada setiap individu karyawan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Jadi sifatnya khusus seperti memberikan pujian, penghargaan, bonus, piagam, dan lain sebagainya.



Model 4.4 Kefektifitas aspek sikap mendukung dalam meningkatkan motivasi karyawan

Sumber: Modifikasi penelitian 2015

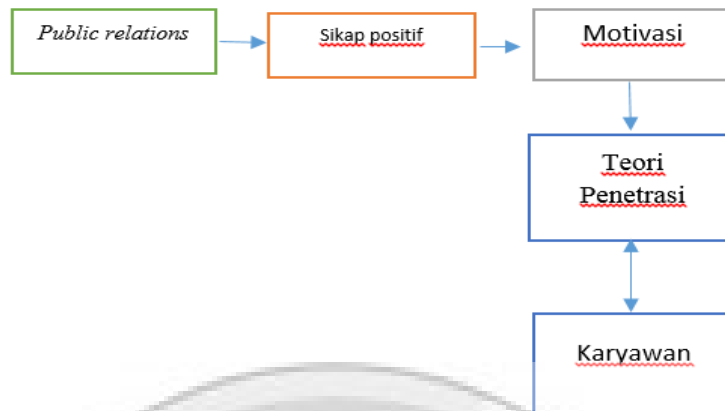
4.3.4 Kefektifitas aspek sikap positif dalam meningkatkan motivasi karyawan di manajemen Radio Oz Bandung

Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, menerima diri sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima. Dapat memberi dan menerima pujian tanpa pura-pura memberi dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.

Sugiyo (2005: 6) mengartikan bahwa rasa positif adalah adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator untuk memberikan penilaian yang positif pada diri komunikan. Dalam komunikasi antarpribadi hedaknya antara komunikator dengan komunikan saling menunjukkan sikap positif, karena dalam hubungan komunikasi tersebut akan muncul suasana menyenangkan, sehingga pemutusan hubungan komunikasi tidak dapat terjadi. Rahmat (2005: 105) menyatakan bahwa sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan diri; positif atau negatif. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif, akan lahir pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

Dapat dilihat bahwa kegiatan yang Resty lakukan adalah melakukan liburan dan nongkrong. Hal ini dimaksud agar mempererat hubungan karyawan dengan karyawan lainnya. Siklus hubungan yang sangat positif yang tercipta antara public relations dengan karyawan sangat penting dilakukan yang dimana untuk menekan tingkat kebosanan yang di akibatkan kurang nyamannya komunikasi yang tercipta.

Hal ini dapat dikaitkan dengan konsep diri komunikasi antarpribadi yaitu membuka diri, menjelaskan bahwa pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.



Model 4.5 Kefektifitas aspek sikap positif mendukung dalam meningkatkan motivasi karyawan

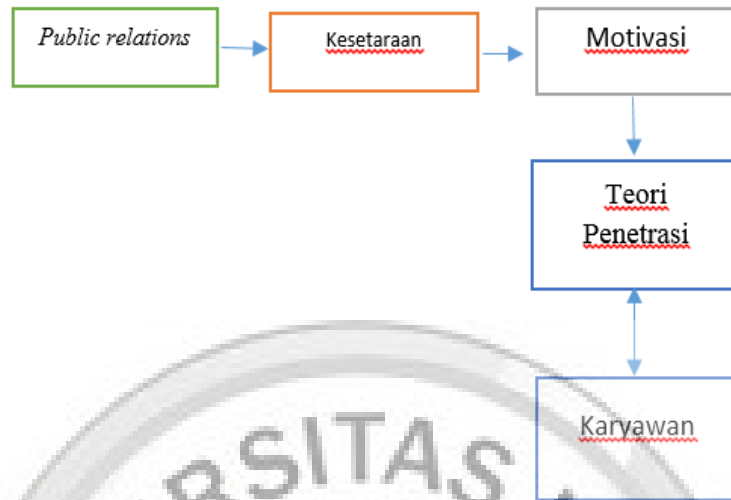
Sumber: Modifikasi penelitian 2015

4.3.5 Kefektifitas aspek Kesetaraan dalam meningkatkan motivasi karyawan di manajemen Radio Oz Bandung

Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya. Rahmat (2005: 135) mengemukakan bahwa persamaan atau kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual kekayaan atau kecantikan. Dalam persamaan tidak mempertegas perbedaan, artinya tidak menggurui, tetapi berbincang pada tingkat yang sama, yaitu mengkomunikasikan penghargaan dan rasa hormat pada perbedaan pendapat merasa nyaman, yang akhirnya proses komunikasi akan berjalan dengan baik dan lancar.

Kegiatan yang dilakukan oleh Resty dalam meningkatkan motivasi dalam aspek kesetaraan dapat dilihat mengadakan *sharing* dan dapat menerima masukan dari karyawan. Hal ini diperuntukan bahwa kerja di Radio Oz bekerja sebagai *team* diwajibkan karyawan maupun *public relations* dapat menjalin hubungan komunikasi dengan baik.

Hal ini dapat dikaitkan dengan penetrasi akan cepat di awal akan tetapi akan semakin berkurang ketika semakin masuk ke dalam lapisan yang makin dalam. Tidak ada istilah “langsung akrab”. Keakraban itu semuanya membutuhkan suatu proses yang panjang. Dan biasanya banyak dalam hubungan interpersonal yang mudah runtuh sebelum mencapai tahapan yang stabil. Pada dasarnya akan ada banyak faktor yang menyebabkan kestabilan suatu hubungan tersebut mudah runtuh, mudah goyah. Akan tetapi jika ternyata mampu untuk melewati tahapan ini, biasanya hubungan tersebut akan lebih stabil, lebih bermakna, dan lebih bertahan lama.



Model 4.6 Kefektifitas aspek sikap positif mendukung dalam meningkatkan motivasi karyawan
Sumber: Modifikasi penelitian 2015