

## Efektifitas Program *Employee Relations* Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance

Devy Putri Kussanti<sup>1</sup>, Intan Leliana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Akademi Komunikasi BSI Jakarta  
devy.dpk@bsi.ac.id

<sup>2</sup>Akademi Komunikasi BSI Jakarta  
intan.ila@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Kussanti, D. P., & Leliana, I. (2018). Efektifitas Program *Employee Relations* Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance. *Cakrawala*, 18(2), 179–184. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

---

**Abstract** - *The company which is a place for employees to grow and develop in the world of work can also be a comfortable second home if the working atmosphere is good and positive. Making employees not only as workers but also as work partners is one of the company's efforts in providing comfort and recognition the existence of employees. This can also be done by holding several internal activities for employees in order to reduce the level of saturation to increase employee motivation to work. Is PT Adira Dynamics Multifinance, one of the largest financing companies in Indonesia which in addition to upholding the principle of consumer comfort but also prioritizes the comfort and principle of family in a work atmosphere that will improve the performance and work of employees. One of the things that is done is by holding events / activities for employees through the employee relations event, which is a holiday event and having fun together for the entire company. In addition to that, the event was also held as a place to increase the closeness between employees and superiors and attenuate the gap between them. The event is designed with activities that are interesting, relaxed and filled with an atmosphere of humor.*

**Keywords:** *Public Relations, Employee Relations and Work Motivation.*

### PENDAHULUAN

Hal mendasar dari tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tidak lain dan tidak bukan adalah meningkatnya produktifitas kerja karyawan sehingga pada akhirnya perusahaan pun akan mendapatkan keuntungan baik secara materiil maupun non-materiil. Selain ketersediaan sarana dan prasarana perusahaan, peningkatan produktifitas kerja karyawan harus diimbangi pula dengan kondisi lingkungan kerja yang aman, nyaman, bersih dan kekeluargaan. Hal tersebut menjadi sebuah landasan utama bagi perusahaan agar kinerja dan kerja karyawannya menjadi lebih meningkat.

Sebagai sumberdaya manusia yang memiliki tugas dan peran penting dalam penggerak kemajuan perusahaan, karyawan harus memiliki keterikatan emosional yang baik dengan pekerjaan dan perusahaannya. Hal tersebut merupakan sebuah indikator keberhasilan hubungan antara karyawan dengan rekan kerja dan pihak perusahaan. Memang tidaklah mudah dalam menciptakan suatu kenyamanan, keharmonisan, loyalitas dan komunikasi yang baik dalam bekerja, hanya saja

hal tersebut dapat direalisasikan dengan adanya program Public Relations melalui kegiatan yang diperuntukkan bagi karyawan perusahaan.

Program yang dimaksud dapat berupa kegiatan yang sifatnya formal, semi formal maupun non formal atau acara hiburan bagi karyawan. Program *employee relations* kerap kali digunakan sebagai solusi untuk mencairkan suasana yang tegang, membosankan dan kepenatan dalam lingkungan pekerjaan ataupun hanya untuk meningkatkan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dengan para karyawannya.

Dengan dukungan lebih dari 28.000 karyawan dan 653 jaringan usaha yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, PT ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE Tbk telah memantapkan posisinya sebagai salah satu perusahaan pembiayaan konsumen kendaraan bermotor terkemuka di Indonesia yang mengedepankan kepentingan konsumen dan karyawan.

PT Adira Dinamika Multifinance selalu memberikan apresiasi yang terbaik bagi karyawan apabila terdapat karyawan yang mempunyai motivasi tinggi dalam bekerja dan memiliki potensi

bagi kemajuan perusahaan. Kegiatan yang mayoritas dilakukan sifatnya lebih pada acara menjalin silaturahmi dan meningkatkan hubungan yang harmonis antara para karyawan beserta jajaran pihak perusahaan serta menipiskan tingkat kejenuhan karyawan pada pekerjaan yang mungkin sudah banyak menguras waktu dan tenaga.

Kegiatan *employee relations* PT Adira Dinamika Multifinance berkaitan erat dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, yakni menjadi perusahaan yang bersahabat dengan berlandaskan asas kenyamanan yang diperuntukkan bagi konsumen maupun karyawannya. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 16-17 April 2016 di Pulau Tidung, Jakarta. Dalam pelaksanaannya, kegiatan yang rutin dilaksanakan 1 tahun sekali berisikan sebuah acara yang penuh dengan motivasi dan hiburan bagi karyawan. Sehingga ketegangan, kebosanan dan penurunan gairah kerja yang dihadapi sebelumnya diharapkan akan mencair serta akan menumbuhkan semangat kerja karyawan kedepannya. Hal lain yang mendukung dari pelaksanaan kegiatan tersebut adalah sebagai wadah untuk lebih mempererat hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawannya.

Menurut Frank Jefkins, dalam (El Ishaq, 2017) Public Relations yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang dilandaskan pada saling pengertian.

Public Relations adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi atau perusahaan, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi atau perusahaan tersebut.

J.C Seidel dalam (Ardianto, 2014) mengatakan bahwa "Public Relations adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas".

Sedangkan Philip Lesly dalam (El Ishaq, 2017) mendefinisikan Public Relations sebagai "kegiatan yang membantu organisasi dan publik-publiknya untuk saling beradaptasi".

Menurut (Z. Mukarom, 2015) menjelaskan secara terperinci empat peran utama Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik.
3. Peranan *Back up pariwisata*, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi pariwisata organisasi atau perusahaan.

4. Membentuk *Corporate image*, artinya PR berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

(Suryanto, 2015) tugas Public Relations dalam organisasi atau lembaga yang terkait erat dengan tujuan dan fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Menginterpretasi, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik. Perilaku publik dapat mencerminkan baik-buruknya organisasi atau perusahaan dalam memberikan secara luas kepada masyarakat sehingga harus selalu dipantau dan dijadikan perhatian serius.
2. Mempertemukan kepentingan institusi dengan publik. Tugas Public Relations disini adalah mempertemukan berbagai kepentingan yang ada dalam organisasi sehingga tercipta saling pengertian, memahami, menghormati dan dilaksanakan bersama untuk mencapai terciptanya tujuan dari berbagai pihak.
3. Mengevaluasi program institusi berkaitan dengan kepentingan publik. Tugas Public Relations dalam mengevaluasi program manajemen ini mengisyaratkan bahwa kedudukan dan wewenang Public Relations demikian luas. Tugas ini mencakup tugas dan wewenang ke atas, yaitu memberikan nasihat, saran, masukan pada unsure top manajemen (pucuk pimpinan) terkait dengan pembuatan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan publik.

Menurut Kusumastuti dalam Laksana dan (Z. Mukarom, 2015) menyebutkan bahwa kegiatan Public Relations pada hakikatnya merupakan kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam simbol komunikasi, verbal ataupun nonverbal.

1. Kegiatan Verbal, kegiatan komunikasi verbal yaitu:
  - a. Menulis Proposal
  - b. Menulis Artikel
  - c. Menulis/membuat *progress report*
  - d. Menulis untuk presentasi
  - e. Membuat *Press Release*
  - f. Membuat rekomendasi dsb.Kegiatan komunikasi verbal lisan, antara lain:
  - a. Jumpa Pers
  - b. *guest guide/open house*
  - c. *announcer*
  - d. presenter
  - e. *desk information*

## 2. Kegiatan Komunikasi Nonverbal

Menurut Frida dalam Laksana dan Mukarom (2015:48) kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, *special event*, riset/penelitian, pers kliping dan sebagainya.

(Z. M. W. L. Mukarom, 2015) “menjelaskan tujuan daripada publik internal atau *employee relations* ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan”.

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan yang muncul dari dalam maupun dari luar diri seseorang dan membangkitkan semangat serta ketekunan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. (Draft, 2011)

Berdasarkan pemahaman diatas, maka dapat dikatakan bahwa motivasi kerja merupakan suatu landasan atau dorongan dari seseorang yang menginginkan terjadinya perubahan kearah yang lebih baik maupun untuk terwujudnya sesuatu hal yang diinginkan.

Selain itu penulis juga menyimpulkan bahwa motivasi merupakan penggugah atau penggerak dari rasa ingin tercapainya suatu hal yang diyakini seseorang dapat memuaskan motif/tujuan dari yang ingin dicapai oleh seseorang tersebut.

Menurut (Sutrisno, 2013) ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi, yakni:

1. Faktor Intern antara lain:
  - a. Keinginan untuk dapat hidup
  - b. Keinginan untuk dapat memiliki
  - c. Keinginan untuk memperoleh penghargaan
  - d. Keinginan untuk memperoleh pengakuan
  - e. Keinginan untuk berkuasa
2. Faktor Ekstern, antara lain:
  - a. Kondisi lingkungan kerja
  - b. Kompensasi yang memadai
  - c. Supervisi yang baik
  - d. Adanya jaminan pekerjaan
  - e. Status dan tanggung jawab
  - f. Peraturan yang fleksibel

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif dengan menelaah beberapa sumber dokumentasi yang didapatkan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Sumber-sumber dokumentasi yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisa oleh penulis sehingga terbentuk sebuah tulisan yang beralur, lengkap dan jelas yang dapat dibaca dan dipahami dengan mudah oleh pembaca pemula.

Sedangkan dalam pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder yang kemudian diolah, dianalisis dan dirumuskan menjadi rekomendasi. Sumber pengumpulan data primer tidak lebih banyak dibandingkan dengan sumber data sekunder, dimana penulis sedikit terkendala pada beberapa

teori khusus dan data yang didapatkan secara primer, hal tersebut dikarenakan lokasi tempat penelitian berjarak cukup jauh dan data secara langsung hanya tersedia sedikit di bagian yang terkait.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi Program *Employee Relations* PT Adira Dinamika Multifinance

PT Adira Dinamika Multifinance Tbk yang didirikan pada 13 November 1990 dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusannya No. C2-19.HT.01.01.TH.91 Tanggal 8 Januari 1991. Dan didaftarkan dalam register untuk maksud itu yang berada di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan di bawah No. 34/Not.1991/PN.JKT.SEL pada tanggal 14 Januari 1991, Serta di umumkan dalam Tambahan No. 421 Berita Negara Republik Indonesia No. 12 tanggal 8 Februari 1991. Telah menjadi perusahaan pembiayaan terbesar saat ini untuk pembiayaan berbagai merek otomotif di Indonesia berdasarkan ukuran pencapaian laba bersih, pencapaian pangsa pasar secara keseluruhan dan jumlah asset yang dikelola.

Pada bulan Maret 2004, Adira Finance melakukan penawaran saham perdana, yang diikuti dengan pengalihan sebesar 75,0% kepemilikan saham dari pemegang saham pendiri melalui penempatan terbatas kepada PT BANK DANAMON INDONESIA Tbk (“Bank Danamon”) salah satu bank swasta nasional terbesar yang dimiliki oleh Grup termasuk dari Singapura. Pada bulan Juli 2009, Bank Danamon mengeksekusi opsi beli nyata saham Perusahaan sebesar 20,0% kepemilikan saham dari Mega Value Profits Limited sehingga kepemilikan Bank Danamon terhadap Adira Finance menjadi sebesar 95,0% kepemilikan saham.

Dengan dukungan penuh dari Bank Danamon, Perusahaan terus mengembangkan usahanya dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat menghasilkan nilai tambah yang tinggi, baik bagi konsumen, dealer, rekan usaha maupun pemangku kepentingan Perusahaan.

Dengan dukungan dana yang besar dari Bank Danamon, serta profesionalisme dan dedikasi yang tinggi dari Manajemen dan seluruh karyawan, ditambah dengan kondisi ekonomi yang kondusif, maka Perusahaan kembali memecahkan rekor pembiayaan baru menjadi Rp 32,6 triliun, sebesar 62,7% berasal dari pembiayaan sepeda motor dan sebesar 37,3% berasal dari pembiayaan mobil. Perusahaan membiayai sebesar 15,8% dari seluruh penjualan nasional atas sepeda motor baru dan

6,6% dari seluruh penjualan asional atas mobil baru di Indonesia selama tahun 2011.

Kinerja tersebut diatas merupakan hal yang membanggakan, ditengah kondisi industri otomotif Internasional yang terkonsolidasi sebagai imbas dari gangguan di sisi penawaran akibat tsunami Jepang dan bencana banjir di Thailand. Untuk membangun karyawan yang mempunyai kompetensi dan loyalitas yang tinggi tersebut, Perusahaan telah menerapkan suatu budaya, yang kami sebut “manajemen dengan hati” yaitu melalui komunikasi antar manajemen ataupun *personality* yang berkesinambungan dan kekeluargaan dengan karyawan, pemberian kompensasi yang memadai serta program pelatihan yang berkesinambungan yang menyentuh hati karyawan, rekan usaha dan komunitas secara umum.

Untuk membangun karyawan yang mempunyai kompetensi dan loyalitas yang tinggi, perusahaan telah menerapkan suatu budaya, yang disebut “manajemen dengan hati” yaitu melalui komunikasi antar manajemen ataupun *personality* yang berkesinambungan dan kekeluargaan dengan karyawan, pemberian kompensasi yang memadai serta program pelatihan yang berkesinambungan yang menyentuh hati karyawan, rekan usaha dan komunitas secara umum.

Dalam menerapkan budaya kerja yang baik dan meningkatkan kinerja karyawan, PT Adira Dinamika Multifinance melalui divisi Public Relations yang mereka sebut bagian HRDGA, merealisasikan program *employee relations* yang diperuntukkan bagi karyawannya. Kali ini perusahaan tidak hanya memberikan pelatihan yang bersifat formal tetapi juga membuat sebuah program yang bersifat non formal dengan mengadakan *outing* perusahaan.

### **Efektifitas Kegiatan *Employee Gathering* Terhadap Peningkatan Kerja Karyawan**

Kegiatan *employee gathering* yang dilakukan PT Adira Dinamika Multifinance selama 2 hari di Pulau Tidung telah memberikan dampak yang sangat positif terhadap gairah kerja dan suasana hati karyawan. Hal ini terlihat dengan antusiasme karyawan yang tinggi pada saat informasi kegiatan disebarluaskan di papan pengumuman/mading perusahaan, email internal dan banner yang ditempatkan pada lobby kantor.

#### **1. Papan Pengumuman**

Papan pengumuman ini berfungsi sebagai media informasi akan kegiatan yang akan berlangsung atau pengumuman tentang informasi apapun yang berkaitan dengan PT Adira Dinamika Multifinance Tbk. Media ini sangat efektif karena baik para karyawan akan bisa melihatnya pada saat *briefing* pagi dan letaknya yang strategis karena dekat dengan ruang operation.

2. Email  
Banyaknya cabang-cabang PT Adira Dinamika Multifinance Tbk membuat email menjadi media yang sangat efektif dan cepat untuk mengirimkan informasi dari HRDGA kepada seluruh karyawan untuk memberitahukan kegiatan *employee gathering* sebelum kegiatan dilaksanakan.
3. Banner  
PT Adira Dinamika Multifinance Tbk memilih banner sebagai media yang digunakan sebagai pengingat kepada karyawan akan kegiatan yang akan dilaksanakan. Banner di pasang di area depan/lobby perusahaan agar seluruh karyawan tidak lupa akan adanya kegiatan. Banner dipasang 1 bulan sebelum kegiatan dilaksanakan.

### **Dampak Peningkatan Kerja Karyawan Terhadap Perusahaan**

Dalam kegiatan ini PT Adira Dinamika Multifinance Tbk berusaha menyampaikan pesan bahwa karyawan merupakan salah satu faktor pendukung kesuksesan suatu perusahaan. Oleh karenanya perusahaan akan selalu berusaha memberikan apa yang menjadi kebutuhan karyawannya. Selain itu karyawan juga diharapkan memberikan dedikasi yang tinggi terhadap pekerjaannya. sehingga bersama sama dapat membuat perusahaan lebih maju dan lebih baik lagi.

Beberapa minggu setelah kegiatan berjalan, divisi HRDGA menyatakan telah melihat dampak dari kegiatan yang telah mereka laksanakan. Diantaranya ialah:

1. Penurunan keterlambatan kerja karyawan (dalam hal masuk kerja dan penyerahan laporan keatasan).
2. Suasana kantor terlihat lebih menyenangkan dan ceria, hal tersebut terlihat dari semakin banyak karyawan yang saling bertegur sapa pada awal dan akhir jam kerja.
3. Semakin sedikit kesalahan yang dilakukan karyawan, dalam hal tertinggalnya barang-barang pribadi dikantor.
4. Kebersihan meja kantor tiap bagian yang semakin hari terlihat sedikitnya note-note yang tertempel, hal ini berkenaan dengan adanya himbuan atasan mengenai kebersihan fasilitas kantor dan reward bagi karyawan yang konsisten mengenai kebersihan.
5. Seluruh karyawan terlihat lebih *fresh* dan senang, dikarenakan kegiatan serupa akan lebih ditingkat kembali dan dilakukan intens dalam kurun waktu 1 th sekali dengan suasana dan lokasi yang berbeda.

## KESIMPULAN

Sebagai salah satu publik internal perusahaan yang juga memiliki peranan penting dalam penggerak keberhasilan perusahaan, karyawan sudah seharusnya diberikan suatu *reward* untuk meningkatkan motivasi kerjanya dan mengurangi tingkat kejenuhan yang mereka hadapi setiap harinya. Adapun perusahaan yang telah melakukan tindakan atau upaya dalam hal meningkatkan kerja karyawannya ialah PT Adira Dinamika Multifinance Tbk, dimana perusahaan mengadakan program *employee relations* melalui kegiatan *employee gathering*, yang dilaksanakan dalam kurun waktu 2 hari di Pulau Tidung.

Kegiatan yang sudah berjalan telah memberikan dampak yang cukup baik dan memuaskan bagi perusahaan, diantaranya terjadi peningkatan loyalitas kerja dan efektifitas waktu kerja karyawan (tidak ada lagi karyawan yang terlambat datang dan terkesan malas dalam bekerja), suasana ruang kantor yang terkesan ceria dan hangat dan lain sebagainya. Pihak perusahaan juga telah memberikan beberapa *statement* bahwa kegiatan yang telah membawa dampak positif bagi perusahaan dan karyawan akan dipertahankan untuk dilaksanakan dan bahkan akan dikembangkan kembali. Hal ini dikarenakan perusahaan sangat membutuhkan karyawan yang memiliki dedikasi tinggi, loyalitas dan efektif dalam bekerja.

**Intan Leliana, S. Sos, I.M.M.** Lahir di Jakarta, 21 Desember 1986. Profesi sebagai dosen AKOM BSI. Program Studi Hubungan Masyarakat, yang beralamat di BSI Pemuda, Jalan Kayu Jati 5, Rawamangun, Jakarta Timur.

## REFERENSI

- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Draft, R. (2011). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- El Ishaq, R. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Mukarom, Z. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mukarom, Z. M. W. L. (2015). *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Prenada Media.

## BIODATA PENULIS

**Devy Putri Kussanti, S. Sos, M.Si.** Lahir di Jakarta, 13 Desember 1983. Tinggal di Tambun, Bekasi. Profesi sebagai dosen AKOM BSI Program Studi Hubungan Masyarakat, yang beralamat di BSI Pemuda, Jalan Kayu Jati 5, Rawamangun, Jakarta Timur.

