

**PERAN HUMAS PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH LAMPUNG  
DALAM PROGRAM *EMPLOYEE RELATIONS* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN**

**(Tugas Akhir)**

**Oleh:**

**Hany Nuroctaviany**

**NPM 1906071015**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2022**

## ABSTRAK

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tak lepas dari peran karyawan yang ada di dalamnya. Karyawan yang memiliki loyalitas tinggi akan memberikan pengaruh yang besar dalam kestabilan dan produktivitas perusahaan. Loyalitas karyawan merupakan salah satu unsur penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan program yang dapat mendorong karyawan untuk lebih termotivasi dalam bekerja seperti *employee relations*. PT Bank Pembangunan Daerah Lampung menerapkan program ini dengan tujuan akan terciptanya karyawan yang sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan. Penerapan program tersebut dijalankan oleh Humas. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah, untuk mengetahui peran Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung dalam program *employee relations* sebagai upaya meningkatkan loyalitas karyawan.

Berdasarkan hasil temuan, Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung penerapan program *employee relations* yang dibangun sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang disusun dan dikembangkan oleh pihak internal, sehingga dapat menghasilkan karyawan dengan loyalitas kinerja yang tinggi terhadap perusahaan. Karyawan perusahaan tentunya akan merasa dihargai dan diperhatikan dengan adanya program-program tersebut, sehingga menimbulkan rasa memiliki dan mencapai kinerja yang tinggi. Dan program-program ini juga akan meminimalisir rasa jenuh dan bosan karyawan setelah lama bekerja dan mencegah menurunnya loyalitas dan produktivitas karyawan terhadap perusahaan.

**Kata kunci: Peran Humas, *Employee Relations*, Meningkatkan Kinerja, Loyalitas Karyawan.**

## ABSTRACT

Employee plays a big role in a successful company. Employee's credibility, creativity and loyalty plays as the main factors that impact the company's productivity. Employee loyalty is one of the important things to maintain to improve performance and achieve company goals. Therefore, a program is needed to encourage them in result they will feel appreciated, which it will affect their work. For example, the employee relations of PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung implements this program, aiming that employee's work ethic will reach the standard expectation. The implementation of the program is carried out by Public Relations field. The methods I use in this study are observation, interviews, documentation, and literature review. The purpose of this research is to know the role of Public Relations of PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung in employee relations program as an effort to increase employee loyalty.

Based on the result of my research, the Public Relations of PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung has implemented a very good employee relations program. This can be seen from the many programs that are already prepared and developed by internal parties, so that they can produce employees with high performance loyalty to the company. Company employees will certainly feel valued and cared with these programs, resulting in a sense of belonging and high performance. These programs are also expected to minimize the feeling of their saturation and boredom, after a long period of work and prevent a decrease in employee loyalty and productivity to the company.

Keywords: Role of Public Relations, Employee Relations, Public relations Performance Improvement, Employee Loyalty.

**PERAN HUMAS PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH LAMPUNG  
DALAM PROGRAM *EMPLOYEE RELATIONS* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN**

**Oleh**

**Hany Nuroctaviany**

**Tugas Akhir**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
AHLI MADYA (A.Md.)**

**Pada**

**Studi Diploma III Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2022**

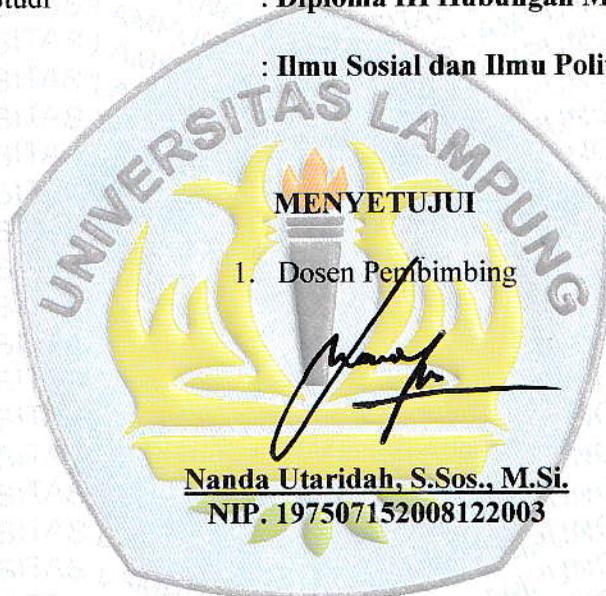
Judul Tugas Akhir : **PERAN HUMAS PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH LAMPUNG DALAM PROGRAM *EMPLOYEE RELATIONS* SEBAGAI UPAYA MEINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN**

Nama Mahasiswa : **Hany Nuroctaviany**

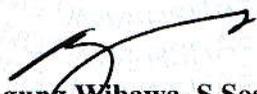
Nomor Pokok Mahasiswa : **1906071015**

Program Studi : **Diploma III Hubungan Masyarakat**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. Ketua Program Diploma III Hubungan Masyarakat



**Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.**  
**NIP. 198109262009121004**

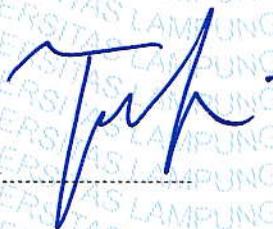
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

Ketua : Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197507152008122003



Penguji Umum : Toni Wijaya, S.Sos., MA.  
NIP. 197810302002121001



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Dra. Ida Nurhaida, M.Si  
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 23 September 2022

## PERNYATAAN

Nama : Hany Nuroctaviany  
Npm : 1906071015  
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat  
Alamat : Jl. Senopati, Jatimulyo, Kec. Jati Agung, Kab. Lampung  
Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir ini yang berjudul **“PERAN HUMAS PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH LAMPUNG DALAM PROGRAM EMPLOYEE RELATIONS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN”** adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan oleh orang lain. Apabila dikemudian hari Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademi saya.

Demikian pernyataan saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 4 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan



Hany Nuroctaviany  
1906071015

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 12 Oktober 2000. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dengan ayah yang bernama R. Hasanudin dan ibu yang bernama Suryani. Pada tahun 2007, penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Taruna Jaya di Kecamatan Way Halim.

Menempuh pendidikan formal yang antara lain Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Prumnas Way Halim yang diselesaikan pada tahun 2013. Kemudian Sekolah Menengan Pertama Negeri (SMPN) 3 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2016. Melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 15 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Simanila Vokasi. Dan pada akhir perkuliahan, penulis melaksanakan magang di PT Bank Pembangunan Daerah Lampung (kantor pusat) yang ditempatkan di Divisi *Human Capital* selama 40 hari terhitung dari tanggal 4 Januari 2022 hingga 2 Maret 2022.

## **MOTTO**

“Kalau kita ga bisa lewat jalan yang itu, kita tinggal buat jalan yang baru.”

“Habiskan jatah gagalmu, hingga keberhasilan yang tersisa.”

## **PERSEMBAHAN**

### **Yang Utama Dari Segalanya**

Sembah sujud serta syukur ku hanya kepada Allah SWT. Yaa Allah, Alhamdulillah terima kasih atas segala rahmatMu, karuniaMu, kasih sayangMu yang senantiasa mengalir menyertai hambaMu, memudahkan hamba dalam menyelesaikan segala halnya, termasuk dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Atas berkat izinMu, hamba dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar dan baik.

### ***The Perfect Parent***

Untuk ibu dan ayah tersayang, Tugas Akhir ini kupersembahkan sebagai tanda bakti dan rasa terima kasih yang tiada henti atas segala do'a yang ibu dan ayah langitkan setiap hari, atas segala letih yang ibu dan ayah rasakan dalam memenuhi kebutuhanku, serta segala kasih sayang yang tiada henti ibu dan ayah limpahkan untukku yang tidak mungkin bisa kubalas hanya dengan beberapa kata dalam halaman persembahan ini.

### ***My Dearest***

Untuk Udo terkasih, *thank u* untuk segala bantuan yang kamu kasih ke aku untuk nyelesain Tugas Akhir ini, lepimu sangat berguna. *Thank u* udah bertahan jadi *support system* aku sampai hari ini.

*You're more of a superhero than any Marvel character out there.*

### ***My Best Friends***

Teruntuk Atu, Ses, Dain, Nen, Opi, Ani, Bundo, Katek, Deyna, Paus, Pici, Dindul, Icak, Lyly, Selnik, Manda selaku sahabat seperjuangan dan teman-temanku yang lainnya yang ga bisa aku sebutin satu-satu. Terima kasih selalu ada!

*Let's fight harder, dikit lagi kelar!*

## SANWACANA

*Alhamdulillah*, dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang serta segala puji dan syukur penulis panjatkan atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan selama ini hingga terselesaikannya Tugas Akhir dengan baik dan lancar.

Tugas Akhir yang berjudul **“Peran Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Dalam Program *Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan”** merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi pada Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dan terdapat kekurangan. Tetapi, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, antara lain:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Bapak Agung Wibawa S.Sos.I.,M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si. Selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sangat baik dalam penyusunan tugas akhir hingga selesai.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., MA. selaku penguji dalam ujian Komprehensif sekaligus Pembimbing Akademik penulis selama berkuliah di Diploma III Hubungan Masyarakat FISIP Universitas Lampung.
5. Seluruh Dosen pengajar program studi DIII Hubungan Masyarakat yang telah memberikan ilmunya kepada penulis. Semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi penulis di masa depan dan menajdi berkah bagi seluruh dosen pengajar.

6. Keluarga besar PT Bank Pembangunan Daerah Lampung, terutama Mba Widuri Putri Branenda selaku pembimbing magang. Dan Mba Naeddy, Mba Nia, Mba Tiara, Mba Nanda, Mba Chairy, Mba Fatimah, Kak Guntur yang selalu membantu memberi arahan dan informasi serta membimbing penulis saat pelaksanaan magang hingga penyusunan tugas akhir.
7. Teman-teman Diploma III Hubungan Masyarakat Angkatan 2019. Sahabat-sahabatku yang selalu mendukung dan menemani penulis saat menyusun Tugas Akhir ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERNYATAAN</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>SANWACANA</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Peran.....	6
2.2 Pengertian Humas.....	6
2.3 Tujuan Humas.....	8
2.4 Fungsi Humas.....	8
2.5 Peran Humas.....	10
2.6 Humas Internal.....	12
2.7 <i>Employee Relations</i> .....	13
2.8 Ketenagakerjaan.....	17
2.9 Karyawan.....	17
2.10 Loyalitas Karyawan.....	17
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1 Sejarah PT BPD Lampung.....	19
3.2 Visi dan Misi PT BPD Lampung.....	19

3.3 Struktur Organisasi .....	20
3.4 Jenis Produk & Layanan .....	22
3.5 Logo Perusahaan.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil.....	27
4.1.1 Peran Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Dalam Program <i>Employee Relations</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan .....	28
4.1.2 Program <i>Employee Relations</i> Dapat Meningkatkan Loyalitas Karyawan PT BPD Lampung.....	33
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3 Re-Struktur Organisasi PT BPD Lampung Kantor Pusat .....	21
Gambar 3.5 Logo PT BPD Lampung kantor pusat .....	26
Gambar 4.1 <i>website</i> utama PT BPD Lampung .....	32
Gambar 4.2 Pelatihan Monitoring Kredit Menggunakan EWS (Early Warning Signal) Pasca Rekstrukturisasi, Pengembangan Produk Kredit Konsumer, dan Perhitungan SBDK .....	35
Gambar 4.3 Perayaan Hari Ulang Tahun Perusahaan .....	39
Gambar 4.4 <i>Gathering</i> .....	41
Gambar 4.5 Olahraga .....	42
Gambar 4.6 Pemotongan tumpeng HUT PT BPD Lampung ke-56 .....	43

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Data Penilaian Kinerja Karyawan tahun 2019-2021 .....	37
--	----

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Humas memiliki peran penting dalam menjembatani antara perusahaan dengan publik internal maupun eksternal sehingga menciptakan hubungan yang harmonis dan kerja sama tim yang solid. Humas adalah suatu proses yang kontinu dari usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari pelanggan, konsumen, publik pada umumnya, termasuk para staf pegawainya. Ke dalam, mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *corporate culture building* (membangun budaya perusahaan) berbentuk disiplin, memotivasi, meningkatkan pelayanan, dan produktivitas kerja yang diharapkan terciptanya *sense of belonging* terhadap perusahaannya. Sedangkan keluar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra perusahaan (*corporate image*) yang sekaligus memayungi serta mempertahankan citra produknya (*product and brand image*). sebagaimana diungkapkan dalam praktiknya:

*“The are the contacts you make everyday on the job, and with your neighbours and friends. They are the word you speak the smile on your face”.*  
(Ruslan, Rosady, 2000: 8-9)

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung pada bagaimana karyawan perusahaan tersebut bekerja, berperilaku, dan menjalankan tugasnya dalam perusahaan tersebut. Loyalitas karyawan dalam bekerja akan berimbang besar ketika dilakukan secara maksimal. Perlu kita ketahui, loyalitas kerja seorang karyawan akan meningkat ketika kebutuhan materi terpenuhi, tetapi kenyamanan dan lingkungan kerja yang kondusif juga merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Ketika kenyamanan dan lingkungan kerja yang kondusif tidak ditemukan pada perusahaan tersebut, hal ini akan mempengaruhi loyalitas kerja karyawan yang ada disana. Hasilnya bukan hanya menurunkan produktivitas kerja karyawan,

hal ini juga akan mempengaruhi kestabilan dan produktivitas perusahaan itu sendiri.

Perusahaan mengharapkan memiliki karyawan yang profesional, berkomitmen, dan loyalitas yang tinggi pula. Loyalitas karyawan merupakan salah satu unsur penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki program untuk memelihara dan meningkatkan loyalitas karyawan. Loyalitas adalah salah satu hal yang tidak dapat dibeli dengan uang, tetapi dapat dibangun secara terencana sistematis dan berkelanjutan. Mendapatkan loyalitas dari seseorang karyawan bukan sesuatu pekerjaan yang mudah untuk dilakukan. Hal sebaliknya menghilangkan loyalitas seseorang karyawan menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan suatu perusahaan untuk menciptakan keadaan yang nyaman dan lingkungan kerja yang kondusif sebagai bentuk usaha guna meningkatkan loyalitas karyawan adalah dengan menjaga hubungan baik antar karyawan diperusahaan yang bersangkutan. Cara yang dapat perusahaan lakukan adalah dengan menyelenggarakan program *Employee Relations*. *Employee Relations* merupakan salah satu bentuk hubungan internal perusahaan yang seharusnya menjadi fokus perhatian. Kegiatan ini merupakan hubungan kerja sama antar semua pihak yang berada dalam proses produksi di suatu perusahaan, yang menitikberatkan kepada hubungan antara pemimpin perusahaan dengan karyawan atau karyawan dengan karyawan. (Widjaja, 2005: 26).

Dalam membangun hubungan yang baik antar karyawan, dibutuhkan praktisi yang kompeten dalam aspek komunikasi. Tokoh yang sangat pas dalam hal ini adalah seorang Humas internal, dimana *employee relations* merupakan bagian dari bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Humas internal pada perusahaan. Keberadaan dan peran praktisi komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan tidak terbantahkan lagi. Untuk itulah di dalam suatu perusahaan

diperlukan praktisi komunikasi seperti Humas. Berdasarkan penjelasan tersebut, idealnya program *employee relations* merupakan tanggung jawab dari praktisi Humas. Namun di PT Bank Pembangunan Daerah Lampung, program tersebut dijalankan oleh Divisi *Human Capital*, mulai dari perencanaannya hingga pengonsepannya ditangani oleh divisi ini. Dalam menjalankan program *employee relations*, *Human Capital* banyak mengadaptasi prinsip kerja Humas. Secara fungsi, Humas pada perusahaan ini berperan terhadap hubungan eksternal perusahaan serta upaya mempertahankan citra perusahaan, sedangkan bagian *Human Capital* berperan dalam segala hal yang berkaitan dengan internal perusahaan saja.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul **"Peran Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Dalam Program *Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan"** sebagai judul Tugas Akhir. Studi dilakukan pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung kantor pusat. (Selanjutnya akan disebut sebagai PT BPD Lampung)

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun perumusan masalah yang didapat, diantaranya:

1. Bagaimana peran Humas PT BPD Lampung dalam pelaksanaan program *employee relations*?
2. Apa saja program *employee relations* yang dapat meningkatkan loyalitas karyawan PT BPD Lampung?

## **1.3 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dilakukannya penulisan tugas akhir ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran Humas PT BPD Lampung dalam program *employee relations* sebagai upaya meningkatkan loyalitas karyawan.

2. Untuk mengetahui apa saja program *employee relations* yang dapat meningkatkan loyalitas karyawan PT BPD Lampung.

#### **1.4 Kegunaan Penulisan**

Kegunaan penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai ahli madya pada program Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Dalam penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan kepada PT BPD Lampung, dalam hal peran Humas, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan dalam perusahaan.
3. Dapat dijadikan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian berikutnya yang ada kaitannya dengan humas pada PT BPD Lampung.

#### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam pengamatan laporan tugas akhir ini sebagai berikut :

1. Pengamatan ( Observasi )  
Adalah suatu teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung di tempat kejadian pada objek penelitian yaitu menjelaskan dan mencari apa saja kesalahan yang terjadi. Penelitian dilakukan saat penulis magang di PT BPD Lampung selama 40 hari terhitung sejak tanggal 4 Januari 2022 hingga 2 Maret 2022.
2. Teknik wawancara ( interview )  
Teknik pengumpulan data dan informasi melalui Tanya jawab langsung kepada staf Divisi Human Capital dan Divisi Sekretaris Perusahaan (Humas) PT Bank Pembangunan Daerah Lampung.
3. Dokumentasi  
Pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir diantaranya adalah sejarah

singkat berdiri nya bank lampung, struktur organisasi, serta visi dan misi yang diperoleh dan dipinjamkan oleh pegawai dari PT BPD Lampung (kantor pusat).

#### 4. Teknik Kepustakaan

Adalah sebuah teknik pengumpulan data yang terdapat di perpustakaan. Penulis mengumpulkan data dan mendapatkan informasi juga pendapat para ahli. Dalam tugas akhir ini penulis menggunakan beberapa buku, skripsi, tugas akhir, jurnal, maupun beberapa artikel dari situs *website*.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Peran**

Peran berarti sesuatu yang dimainkan atau dijalankan. Peran didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang diperankan atau dimainkan oleh seseorang yang mempunyai kedudukan atau status sosial dalam organisasi. Peran menurut Soekanto (2009:212-213) adalah proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya.

Sedangkan menurut Merton (dalam Raho 2007 : 67) mengatakan bahwa peranan didefinisikan sebagai pola tingkah laku yang diharapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Sejumlah peran disebut sebagai perangkat peran (role-set). Dengan demikian perangkat peran adalah kelengkapan dari hubungan-hubungan berdasarkan peran yang dimiliki oleh orang karena menduduki status-status social khusus. Menurut Abu Ahmadi peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya.

Dari beberapa definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian peran adalah sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

#### **2.2 Pengertian Humas**

Rachmadi menyebutkan Humas adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen (dalam Ruslan, 2005: 25).

Beberapa pengertian dan definisi Humas dari para ahli adalah sebagai berikut, yaitu:

1. *International Public Relations Association (IPRA)*

Menurut *International Public Relation Association*, pengertian humas adalah sebuah fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan, organisasi induk dan lembaga swasta atau publik yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak – pihak terkait atau yang memiliki hubungan dengan penelitian opini publik di antara mereka.

2. *Public Relations News*

Menurut *Public Relations News*, humas merupakan salah satu fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedural individual / organisasi yang memiliki kepentingan publik, serta membuat perencanaan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

3. Edward L. Berney

Humas adalah membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik.

4. J.C., Seidel

Humas adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan public yang lebih luas. Ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan-pernyataan.

5. Definisi W. Emmerson Reck, *Public Relations Director, Colgate University*

Humas adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan, dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

6. Definisi Howard Bonham, Vice Chairman, *American Red Cross*  
Humas adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi atau badan.

Berdasarkan definisi di atas, karakteristik yang terdapat dalam Humas adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari public sesuatu badan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

### **2.3 Tujuan Humas**

Tujuan dari Humas yaitu, mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik di mana Humas harus dikerahkan ke dalam (*Internal*) dan ke luar (*External*). (Abdurrachman, 2001:34).

### **2.4 Fungsi Humas**

Dalam buku *Public Relations: Teori dan Praktek* yang ditulis oleh Djanalis Djanaid (1993) disebutkan dua fungsi PR, yakni fungsi konstruktif dan fungsi korektif.

1. Fungsi Kontruktif

Fungsi kontruktif ini mendorong humas membuat aktivitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk di sini humas bertindak secara preventif (mencegah).

2. Fungsi Korektif

Dalam fungsi ini apabila sebuah organisasi/lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

Menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center, humas merupakan fungsi manajemen yang:

- a. Menilai sikap publik
- b. Mengidentifikasi kebijakan dan tata cara organisasi / perorangan dalam melayani kepentingan publik
- c. Membuat perencanaan serta melaksanakan program kegiatan untuk mendapatkan pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publik

Fungsi bagian Humas adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik. (Moore 2004:13).

Ruslan (2005:25) manajemen humas merupakan faktor utama yang dapat menentukan kelancaran proses manajemen dalam fungsi kehumasan dari lembaga yang diwakilinya, yang pada umumnya meliputi beberapa hal: Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengkomunikasian (*Communicating*), Pengawasan (*Controlling*) dan Penilaian (*Evaluating*).

Menurut G.R. Terry, manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. (Ruslan 2005:1).

Hubungan dengan karyawan erat kaitannya dengan komunikasi, Hani Handoko (1995:272) komunikasi itu sendiri adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Adapun saluran komunikasi dalam organisasi ada beberapa macam, yaitu :

1. Komunikasi vertikal, terdiri atas komunikasi ke atas dan ke bawah sesuai rantai perintah.
2. Komunikasi horizontal, terdiri atas komunikasi di antara para anggota dalam kelompok kerja yang sama serta komunikasi antara departemen-departemen pada tingkatan organisasi yang sama.

3. Komunikasi diagonal, merupakan komunikasi yang memotong secara menyilang diagonal. (Hani Handoko 1995:280).

Uraian diatas dapat disimpulkan mengenai fungsi internal humas, adalah:

1. Kegiatan manajemen.
2. Hubungan dengan karyawan, dalam bentuk seperti:
  - a. Upah yang cukup,
  - b. Perlakuan yang adil,
  - c. Ketenangan dalam bekerja,
  - d. Perasaan diakui,
  - e. Penghargaan atas prestasi kerja.
  - f. Jaminan sosial baik untuk karyawan maupun keluarganya.
3. Mengadakan *Public Relations Counseling*, apakah dalam bentuk *Directive* atau *Non-Directive Public Relations Counseling*. *Public Relation Counseling* khususnya dilakukan kepada karyawan dalam rangka untuk menumbuhkan motivasi mereka dalam bekerja.

## 2.5 Peran Humas

Menurut Dozier & Broom dalam Ruslan (2011:20) peran Humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori:

### 1. Penasehat Ahli (*Expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar Humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar Humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar Humas (*expert prescriber*) tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

## **2. Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*)**

Dalam hal ini, praktisi Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

## **3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*)**

Peran praktisi Humas dalam proses pemecahan persoalan Humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli Humas dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

## **4. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*)**

Berbeda dengan tiga peran praktisi Humas profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi Humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (level), yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku

pada arus dan media komunikasi antara satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relations and communication media model*).

Dari model peran para praktisi Humas tersebut di lapangan, dapat ditarik dua peranan atau fungsi praktisi Humas yang harus ada dalam suatu organisasi. I Gusti Ngurah Putra dalam Majalah Journal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia; "Komunikasi & Budaya" (1997: 126-127) menyatakan, seorang praktisi Humas harus berkembang menjadi manajer yang memiliki kemampuan "manajerial" (*managerial skill*) atau *public relations manager*. Dan memiliki "kemampuan teknis" dalam berkomunikasi. Bahkan mungkin kedua model peranan praktisi Humas profesional tersebut harus dikuasai sekaligus oleh praktisi Humas bersangkutan dalam melaksanakan fungsinya pada aktivitas dan operasional manajemen organisasi. yang

Dari keempat peran Humas tersebut, dapat terlihat mana yang berperan dan berfungsi pada tingkat *managerial skill*, keterampilan hubungan antarindividu (*human relations skill*) dan keterampilan teknis (*technical skill*) dalam manajemen Humas.

## **2.6 Humas Internal**

Humas Internal, adalah salah satu bentuk kegiatan dari humas yang menitikberatkan kegiatannya kedalam, istilah ke "dalam" maksudnya kegiatan itu hanya berlaku kepada bentuk hubungan dengan publik yang ada dalam instansi atau perusahaan tersebut. (Djaja 1985:26). Pengertian publik dalam hal ini dibatasi kepada pengertian sekelompok individu yang terlibat pada satu kegiatan, dan diikat oleh satu perhatian dan kepentingan perusahaan guna mencapai satu tujuan.

Menurut Rachmat Kriyanto dalam bukunya yang berjudul *Best Partice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintahan*, humas internal adalah bagian

humas yang bertanggung jawab mengelola hubungan dengan public internal. Dikenal pula sebagai relasi atau komunikasi internal, seperti membangun relasi dengan karyawan/pegawai (*employee relations*), mahasiswa (*student relations*), dan pimpinan (*management relations*).

Dalam sebuah organisasi yang terdiri dari berbagai macam karakter dan budaya mudah menimbulkan ketidaksamaan persepsi dan konflik. Oleh sebab itu humas juga diharapkan bias membangun suasana kondusif dan iklim yang nyaman dalam organisasi agar perusahaan dapat beroperasi dengan lancar dan dipersepsi baik oleh pelanggan. Adapun kegiatan humas internal mencakup:

1. Membangun komunikasi internal yang baik sesama divisi.
2. Membangun kerja sama yang baik melalui transparansi dan kerja sama tim.
3. Membangun komunikasi terbuka antara karyawan dengan atasan, pemegang saham melalui kegiatan berupa pertemuan rutin atau membuat *collateral* berupa *news letter*, *company profile*.
4. Membuat kegiatan antar karyawan untuk keakraban seperti lomba kreativitas untuk kemajuan perusahaan, *outbond*.
5. Memberikan *scholarship* bagi karyawan dan keluarganya untuk meningkatkan keterampilan.
6. Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang kehumasan, *media relations* dan penanganan krisis. (Trihastuti Endang, 2021:114-115)

## **2.7 Employee Relations**

*Employee relations* merupakan kegiatan penting dari internal Humas seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1992), bahwa publik internal atau *employee relations* tersebut sama pentingnya dengan external public relations, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti yang sama dan saling terkait erat satu sama lain.

Inti dari kegiatan *employee relations* dapat kita pahami dari definisi *employee relations* oleh Yulianita (2005:59), “*Employee relations* yaitu kegiatan *public relations* untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya.”

*Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.

Menurut Widjaja, tujuan dari *employee relations* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan saling pengertian antar pegawai ataupun antara pimpinan dengan semua pegawai dalam sebuah organisasi.
2. Mendapatkan data-data yang lengkap tentang sikap dan tingkah laku pegawai. Data ini diperlukan dalam rangka pembinaan, pengorganisasian, kerjasama, koordinasi, dan evaluasi terhadap pegawai.
3. Menciptakan kerjasama yang serasi antar pegawai.
4. Menanamkan rasa damai kepada pegawai.
5. Menanamkan rasa sukses kepada pegawai sehingga mereka merasa diberi kesempatan untuk maju dalam mengembangkan kariernya.
6. Menanamkan loyalitas para pegawai.
7. Menanamkan rasa tanggung jawab kepada para pegawai.
8. Menciptakan adanya semangat kerja yang tinggi. (Widjaja, 2005:79)

Kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi/perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk macam aktivitas dan program. Program-program *employee relations* yang dapat dilaksanakan dengan hubungan antar perusahaan dengan karyawannya antara lain sebagai berikut:

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

b. Program Motivasi Kerja Berprestasi

Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), dimana melalui pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas tinggi.

c. Program Penghargaan

Program penghargaan yang dimaksud adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) dalam memberikan suatu penghargaan kepada karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.

d. Program Acara Khusus (*Spesial Event*)

Suatu program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka *event* ulang tahun perusahaan diadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara sesama karyawan dan pimpinan.

e. Media Komunikasi Internal

Membentuk media komunikasi internal seperti *bulletin*, *new release*, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan

pimpinan (Ruslan, 2010: 278-279). Salah satunya melalui obrolan langsung.

Pembicaraan tatap muka secara pribadi dan langsung salah satu cara yang paling efektif untuk memperlihatkan sikap terbuka pihak manajemen perusahaan. komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang paling efisien (Jefknis, 1996: 176-177). Kelebihan obrolan langsung dibandingkan penyampaian pesan melalui radio, kaset video, maupun surat adalah karyawan dapat mengajukan komentar, keluhan, ide, pernyataan, dan, menyatakan pendapat atau isi hatinya secara langsung dan juga mendapat tanggapan secara langsung dari atasannya.

Melalui kegiatan *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang tinggi dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin dan akan mengurangi timbulnya dampak negatif terhadap manajemen suatu perusahaan seperti akan timbulnya rasa kejenuhan, kebosanan, bagi para pekerja nya yang nantinya akan berakibat pada loyalitas kepada perusahaan.

Aktivitas *employee relations* yang berlangsung dalam organisasi akan berdampak langsung terhadap iklim komunikasi dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat komunikasi yang merupakan hasil persepsi karyawan terhadap kegiatan komunikasi yang berlangsung di dalam perusahaan. Dengan demikian apabila karyawan mempersepsikan bahwa aktivitas *employee relations* dalam organisasi tidak menciptakan iklim komunikasi dalam kondisi yang baik di dalam prganisasi, tentunya hal tersebut dapat memberikan pengaruh negative terhadap perilaku dan partisipasi karyawan dalam perusahaan. Sehingga hal ini mempengaruhi usaha organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. (Jefkins, 2005:172)

## **2.8 Ketenagakerjaan**

Berdasarkan Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan dijelaskan bahwa ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama dan setelah selesai masa hubungan kerja, baik pada pekerjaan yang menghasilkan barang maupun pekerjaan berupa. Dari aspek hukum ketenagakerjaan merupakan bidang hukum privat yang memiliki aspek publik, karena meskipun hubungan kerja dibuat berdasarkan kebebasan para pihak, namun terdapat sejumlah ketentuan yang WAJIB tunduk pada ketentuan pemerintah dalam artian hukum publik

## **2.9 Karyawan**

Di dalam suatu perusahaan atau organisasi, karyawan merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Sampai saat ini belum ada perusahaan yang melakukan kegiatan operasional tanpa bantuan karyawan atau sumber daya manusia, walaupun proses pengolahan data sudah menggunakan sistem computer tetapi tidak akan dapat bekerja tanpa adanya sumber daya manusia.

Menurut Nurlita (2017:18) karyawan adalah seseorang yang bersedia menjual tenaga dan pikirannya untuk bekerja di suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut dan akan diberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan Bersama.

Menurut Hasibuan (2000:12) menyatakan bahwa karyawan adalah kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses, dan tujuan yang ingin dicapai.

## **2.10 Loyalitas Karyawan**

Loyalitas adalah suatu sikap mental dari karyawan yang ditunjukkan dengan sikap setianya terhadap perusahaan walaupun perusahaan dalam keadaan baik maupun dalam keadaan terburuk. Maka dari itu loyalitas juga bisa diartikan

sebagai kesetiaan yang diberikan karyawan kepada perusahaan dimana perusahaan mampu membalasnya dengan sangat baik kepada karyawan.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008) loyalitas diartikan sebagai patuh, setia. Dalam kamus Inggris-Indonesia (John M. Echols dan Hassan Shadily (2000), loyalty adalah kesetiaan. loyalitas merupakan bentuk kesetiaan, ketaatan, kepatuhan kepada perusahaan sesuai dengan garis kebijakan dalam upaya mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Dalam loyalitas, ada kesetiaan, ada ketundukan kepada perusahaan yang sifatnya rasional dan dinamis. Loyalitas karyawan dapat dilihat dari seberapa besar pikiran, ide, kreativitas, perhatian, serta dedikasinya tercurah secara penuh kepada perusahaan tempat yang bersangkutan bekerja.

Ada 16 indikator yang dapat dipakai untuk mengidentifikasi loyalitas karyawan sebagaimana dikemukakan Powers (dalam Runtu, 2014), yaitu:

1. Tetap bertahan dalam organisasi.
2. Bersedia bekerja lembur untuk menyelesaikan pekerjaan.
3. Menjaga rahasia bisnis perusahaan.
4. Mempromosikan organisasinya kepada pelanggan dan masyarakat umum.
5. Menaati peraturan tanpa perlu pengawasan yang ketat.
6. Mau mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan organisasi.
7. Tidak bergosip, berbohong atau mencuri.
8. Membeli dan menggunakan produk perusahaan.
9. Ikut berkontribusi dalam kegiatan social organisasi.
10. Menawarkan saran-saran untuk perbaikan.
11. Mau berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan aksidental organisasi.
12. Mau mengikuti arahan atau instruksi.
13. Merawat properti organisasi dan atau tidak memboroskannya.
14. Bekerja secara aman.
15. Tidak mengakali aturan organisasi termasuk ijin sakit.
16. Mau bekerja sama dan membantu rekan kerja.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1 Sejarah PT BPD Lampung**

##### **Didirikan 1965**

Pertama kali didirikan di Bandar Lampung pada tahun 1965 dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, sebagaimana termaktub dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung No. 10A/1964 tanggal 1 Agustus 1964 tentang Pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. DES.57/7/31-150 tanggal 26 Juli 1965

##### **Dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas**

Sesuai Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Lampung No. 2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Dari Perusahaan Daerah (PD) Bank Pembangunan Daerah Lampung Menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Lampung, akta Pendirian PT Bank Pembangunan Daerah Lampung No. 5 tanggal 3 Mei 1999 dibuat di hadapan Soekarno, S.H., Notaris di Bandar Lampung telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. C-8261.HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999

#### **3.2 Visi dan Misi PT BPD Lampung**

##### **VISI**

Menjadi BPD komersial yang kompetitif dengan fokus pada pengembangan UMKM dalam kontribusi terhadap pembangunan daerah.

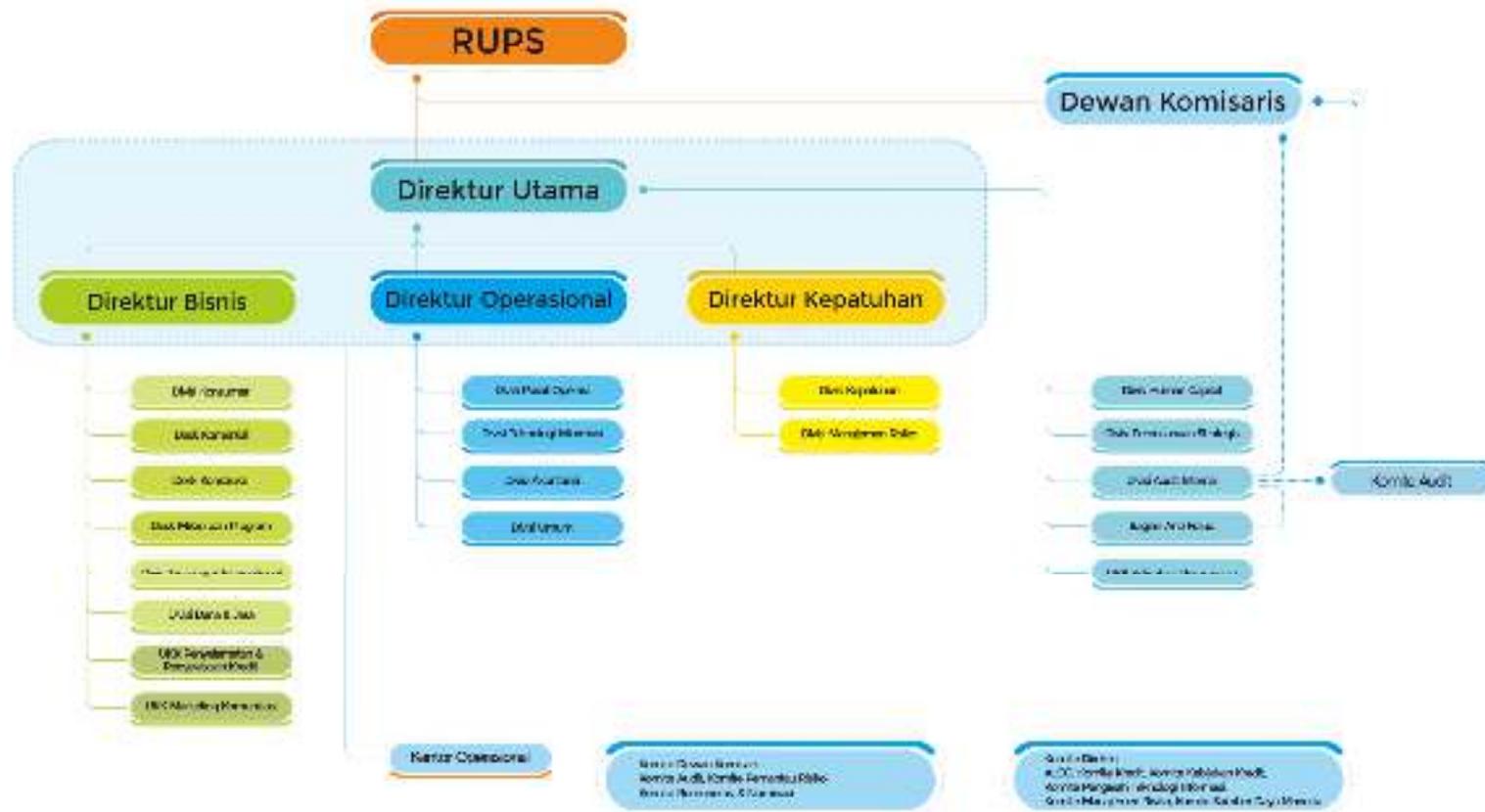
## **MISI**

1. Menjadi mitra strategis Pemerintah Daerah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Lampung dan memberikan nilai tambah bagi *stakeholders*.
2. Mempertahankan pangsa pasar captive market pada *segmen salary-based loan business dan project-based financing* dengan peningkatan kualitas layanan.
3. Mengembangkan UMKM dengan fokus pada penguasaan hilirisasi pertanian dan ekosistem pasar secara komprehensif dalam aspek intermediasi finansial.
4. Mengembangkan *integrated financial solution* dalam menerapkan *transaction culture* termasuk menjadi Bank devisa.
5. Meningkatkan kinerja untuk menjadi Bank BUKU 2 dengan modal minimal Rp 3 triliun.
6. Menjalankan tata kelola perusahaan dan manajemen risiko yang baik termasuk dalam aspek Sumber Daya Manusia dan IT.

### **3.3 Struktur Organisasi**

Dalam menjalankan tugas perusahaan, diperlukan suatu struktur organisasi yang baik dalam rangka mendukung pelaksanaan kerja dari organisasi tersebut. Berikut adalah bagan dari struktur organisasi PT BDP Lampung kantor pusat. (Halaman selanjutnya)

# Re-Struktur Organisasi



Gambar 3.3 Re-Struktur Organisasi PT BPD Lampung Kantor Pusat

### 3.4 Jenis Produk & Layanan

#### a. Kredit

##### 1. Kredit Linkage Program

Adalah Fasilitas Kredit kepada Lembaga Keuangan dengan cara melakukan aliansi strategis dengan BPR & Koperasi untuk mencapai sinergi dalam peningkatan ekspansi kredit melalui pola *Excetuting* dan/ atau Pola *Channeling*.

##### 2. KMK Konstruksi Developer

Fasilitas kredit yang diberikan kepada individu atau badan usaha untuk pembiayaan modal kerja yang habis dalam satu siklus usaha dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

##### 3. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah Kredit/Pembiayaan Modal Kerja dan/atau investasi kepada debitur usaha yang produktif dan layak (*feasible*) namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup (belum *bankable*)

##### 4. Rekening Koran

Adalah Fasilitas kredit yang diberikan kepada pelaku usaha, baik UMKM (mikro, ritel komersional, dan menengah) maupun korporat, dalam rangka pembiayaan terhadap modal kerja. Dimana penyetoran dan penarikan dananya dapat dilakukan dengan menggunakan semua fasilitas transaksi yang disediakan pada rekening giro, yaitu cek dan bilyet giro.

##### 5. Bank Garansi Bank Garansi adalah jaminan yang diberikan oleh penjamin/ Bank kepada penerima jaminan apabila pihak terjamin melakukan wanprestasi.

6. Kredit Aneka Usaha

Kredit Aneka Usaha (KAU) adalah kredit yang diberikan kepada usaha-usaha produktif segmen Mikro untuk membiayai kebutuhan usaha produktif baik untuk kebutuhan investasi maupun kebutuhan modal kerja.

7. Kredit Kontraktor

Merupakan salah satu produk unggulan di segmen produktif pada PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung, Kredit Modal Kerja Kontraktor merupakan fasilitas kredit yang diberikan kepada kontraktor atau konsultan untuk pembuatan atau penyelesaian atas pengadaan barang dan jasa atau suatu kegiatan konstruksi dari suatu proyek bangunan fisik dan non-fisik.

8. Kredit KI / KMK Lainnya

Merupakan salah satu fasilitas kredit modal kerja dan investasi Bank Lampung dengan plafond pinjaman yang besar.

9. KMK / KI KUR

Program pembiayaan modal kerja dan investasi melalui perbankan yang mendapatkan subsidi dari Pemerintah untuk membantu para pelaku usaha meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya.

10. Kredit Resi Gudang

Kredit yang diberikan kepada pemegang resi gudang yang merupakan pemilik barang atau pihak yang menerima pengalihan dari pemilik barang atau pihak lain yang menerima pengalihan lebih lanjut dari gudang yang telah ditunjuk Pemerintah.

11. Kredit Pantas Pegawai Aktif

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS)/ PNS Otonomi Daerah/Vertikal atau Pusat, dan Pegawai tetap BUMN/BUMD/Lembaga/ Swasta.

12. Kredit Pantas Pra Pensiun

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Otonomi Daerah hingga melewati batas masa aktif pegawai (Pensiun).

13. Kredit Pantas Pensiun

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pensiunan BUMN/BUMD/Swasta/Lembaga, Janda/Duda Pensiunan, dan Anak Pensiunan.

14. Kredit Siger Dewan

Merupakan fasilitas kredit kepada anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, Kabupaten/Kota.

15. Kredit Perorangan (Personal Loan)

Kredit Perorangan (Personal Loan) adalah Kredit yang diberikan kepada calon debitur berpenghasilan tetap maupun penghasilan tidak tetap untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan.

b. Pendanaan

1. L Save

L Saving (Lampung Save) merupakan tabungan bisnis yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan.

2. SimPel

Tabungan perorangan untuk siswa Warga Negara Indonesia. Diperuntukkan bagi siswa PAUD, TK, SMP, SMA, Madrasah

(MI,MTs,MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.

3. Tabunganku

TabunganKu hanya diperuntukan bagi penabung perorangan dan Warga Negara Indonesia. Setiap penabung hanya diperbolehkan memiliki 1 ( satu ) rekening, kecuali bagi orang tua yang membuka rekening untuk anak yang masih dibawah perwalian sesuai Kartu Keluarga yang bersangkutan, menggunakan nma orang tua (menggunakan Rekening QQ)

4. Simpeda

Simpeda adalah tabungan Bank Pembangunan Daerah Seluruh Indonesia dalam mata uang Rupiah yang diperuntukan bagi nasabah perorangan / non perorangan untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.

5. Giro

Giro adalah suatu istilah perbankan untuk suatu cara pembayaran yang hampir merupakan kebalikan dari sistem cek, berupa surat perintah untuk memindahbukukan sejumlah uang dari rekening seseorang kepada rekening lain yang ditunjuk surat tersebut.

6. Deposito Rupiah

Simpanan dalam bentuk mata uang rupiah dari pihak ketiga (deposan) kepada Bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dan Bank.

c. Layanan

1. L Online

Sistem Aplikasi perbankan berbasis Mobile Application (android dan ios) yang digunakan oleh Nasabah untuk melakukan transaksi perbankan baik finansial maupun non finansial.

2. Siger Mobile

Layanan perbankan yang disediakan bagi nasabah untuk mengakses rekeningnya dan melakukan transaksi perbankan nontunai dengan

mengirimkan instruksi transaksi melalui telepon seluler di mana saja dan setiap saat

3. L Smart

Agen Laku Pandai Bank Lampung. Layanan transaksi keuangan mandiri. Mitra perpanjangan tangan Bank Lampung dalam melayani transaksi keuangan tanpa kantor.

**3.5 Logo Perusahaan**



Gambar 3.5 Logo PT BPD Lampung kantor pusat

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan tugas akhir penulis dengan judul “Peran Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Dalam Program *Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan” didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Secara fungsi, peran Humas yang terjadi di PT BPD Lampung dalam pelaksanaan program *employee relations* belum maksimal, terlihat berdasarkan temuan penulis Humas tidak dilibatkan dalam perumusan hingga pelaksanaan program tersebut.

2. Program *employee relations* sangat berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas karyawan. Adanya program ini membuat karyawan merasa lebih diperhatikan. Motivasi mereka dalam bekerja semakin meningkat, disiplin waktu, hingga yang bersedia ikut lembur kerja tidak menjadi masalah karena suasana kerja yang nyaman dan *enjoy*. Media komunikasi internal, penghargaan dan *special event* menjadi kunci dalam menjalin hubungan antar karyawan. Dimana hasil tersebut dapat dilihat dari kualitas dan kuantitas karyawan berupa prestasi yang diraih, motivasi yang semakin meningkat dalam bekerja, kedisiplinan karyawan, rasa tanggung jawab, adanya rasa memiliki terhadap perusahaan, bertahan dalam perusahaan atau organisasi, ikut berkontribusi dalam kegiatan sosial organisasi, bekerja dengan maksimal dan mau bekerja sama serta membantu rekan kerja.

#### **5.2 Saran**

berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, dirasa lebih baik *Human Capital* dapat berkolaborasi dengan divisi lain seperti Sekretaris Perusahaan dimana yang di dalamnya terdapat Humas. Berkaitan dengan program *employee relations*, sebaiknya Humas tetap dilibatkan, sebagaimana yang kita ketahui bahwa program *employee relations* merupakan bagian dari

bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Humas internal dan merupakan tanggung jawab seorang praktisi Humas pada perusahaan. Oleh karenanya, akan lebih baik jika dalam program *employee relations* yang berikutnya Humas tetap dilibatkan sebagaimana mestinya agar kedepannya tidak muncul *statement* bahwa Humas PT Bank Pembangunan Daerah Lampung belum maksimal dalam melaksanakan tugasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Jefkins, Frank. 1996. *Public Relations*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2021. *Best Partice Humas (Public Relations)*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady. 2000. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation.s* Edisi Revisi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Trihastuti, Endang. 2021. *Manajemen Pemasaran Plus++*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

### **Jurnal:**

- Ardiansyah. 2013. *Employee Relations dan Kepuasan Komunikasi (Studi Korelasional Kegiatan Employee Relations dalam Bentuk Rapat Rutin dan Kepuasan Komunikasi Karyawan PT INALUM di Kuala Lumpur*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi.
- Kartika, Risma dan Anindito, Arwidia. 2017. *Penerapan Program Employee Relations dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di PT PLN (Persero) Puslitbang*. *Research Article. Faculty of Ccommunication* Universitas Pancasila.
- Maheldi, Septia. 2016. *Program Employee Relations Dalam Memotivasi Karyawan Pada Pingu's English School Pekanbaru*. JOM FISIP Vol. 3 No. 2.

### **Sumber Lainnya**

- Ibrahim, Adzikra. *Pengertian Humas Menurut Pendapat Para Ahli*. <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-humas-menurut-pendapat-para-ahli/>  
Diakses pada tanggal 14 April 2022 pukul 20.30 WIB.

*Instagram* PT Bank Pembangunan Daerah Lampung.  
[https://www.instagram.com/bpd\\_lampung/](https://www.instagram.com/bpd_lampung/)

Diakses pada tanggal 12 April 2022 pukul 22.50 WIB.

Satria, Ase. 2016. Definisi Peran Dan Pengelompokan Peran Menurut Para Ahli.  
<https://www.materibelajar.id/2016/01/definisi-peran-dan-pengelompokan-peran.html>

Diakses pada tanggal 14 April 2022 pukul 20.00 WIB.

Senator ID. 2022. HUT Ke-56, Bank Lampung Kasih Penghargaan untuk 30 Marketing. <https://senator.id/hut-ke-56-bank-lampung-kasih-penghargaan-untuk-30-marketing/>

Diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 21.00 WIB.

Website Resmi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung.  
<https://banklampung.co.id>

Diakses pada tanggal 12 April 2022 pukul 22.00 WIB.