

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam setiap perusahaan atau organisasi, sumber daya manusia adalah hal terpenting. Maka dari itu, ada divisi yang dinamakan *Human Resources Development* (HRD) atau dalam bahasa Indonesia yaitu Sumber Daya Manusia (SDM). Divisi tersebut memiliki peran penting dalam memajukan perusahaan atau organisasi. Pengelolaan sumber daya manusia merupakan proses yang dilakukan dengan fungsi-fungsi perusahaan, seperti perencanaan, pengorganisasian, hingga pengarahan mengenai pengawasan yang berperan sangat penting untuk menunjang tercapainya tujuan (Suryani, 2019, pp. 1–2). Selain itu, menurut Byars & Blue (dalam Garaika, 2020, p. 1) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai kegiatan yang diatur untuk menyediakan dan mengkoodinir sumber daya tersebut dari suatu organisasi.

Manajemen sumber daya manusia memiliki banyak pengertian dari para ahli. Mondy dan Martocchio (dalam Suryani, 2019, p. 2) menyatakan jika manajemen sumber daya manusia adalah proses dalam pencapaian tujuan melalui manusia atau perseorangan yang berada di dalamnya. Selain itu, juga diartikan sebagai pendekatan yang strategis untuk pengelolaan asset yang berharga di dalam organisasi atau perusahaan tersebut, secara individu, bekerja secara tim yang berkontribusi dalam

pencapaian tujuan yang sudah ditentukan sejak awal (Armstrong dalam Suryani, 2019, p. 2). Dari dua pengertian tersebut, para ahli selalu membahas tentang tujuan dan sistem dari perencanaan hingga pengawasan. System dan proses harus terstruktur, karena sangat penting dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh manajemen sumber daya manusia untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan (Suryani, Ni Kadek, 2019, pp. 3–4)

Sumber daya manusia memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan demi mencapai tujuan organisasi tersebut. Menurut Mathis & Jackson (dalam Suryani, 2019, p. 21) sumber daya manusia memiliki tujuh kegiatan yang berhubungan dengan kekuatan eksternal seperti hukum, ekonomi, budaya, politik, teknologi, global, lingkungan, dan sosial; bagaimana cara mereka berinteraksi dengan aktivitas sumber daya manusia. *Employment of Human Resources*, perencanaan yang memainkan peran penting dalam keunggulan organisasi, dengan memastikan orang yang tepat untuk menjadi karyawan dalam organisasi tersebut. *Management and Development of Human Resources*, kegiatan ini dilakukan untuk mengelola karir karyawan, memberikan penilaian kerja karyawan untuk karir mereka kedepan. *Employee Relations*, kegiatan ini berkaitan dengan hubungan antara karyawan dengan manajemen, seperti penanganan keluhan, tindakan disiplin, serikat buruh, hubungan industri, kualitas kehidupan kerja dan lingkaran kualitas (Garaika, 2020, pp. 10–13).

Upaya yang dilakukan Sheraton Hotel & Tower pun beragam untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan, agar para karyawan pun memiliki relasi yang

baik satu sama lain. Hal ini dilakukan oleh divisi Sumber Daya Manusia atau *Human Resources Department (HRD)*. Divisi ini memiliki peran administratif yang berkaitan dengan pencatatan atau penyimpanan dokumen, peran advokasi operasional yang dilakukan sejak perekrutan hingga pemecatan atau pensiun, peran strategis yang bertujuan untuk menambah nilai nyata pada efektivitas dan efisiensi organisasi (Garaika, 2020, pp. 6–9).

Penulis melakukan kerja praktik di Sheraton Hotel & Tower Surabaya selama enam puluh hari atau dua bulan, tidak termasuk hari libur yaitu sabtu dan minggu. Sheraton Hotel & Tower yang terletak di Jl. Embong Malang 25-31, Surabaya, Jawa Timur ini merupakan merupakan salah satu hotel bintang lima yang sudah ada sejak 1995 hingga saat ini masih memiliki banyak pengunjung yang menggunakan jasa mereka. Hotel ini memiliki berbagai kamar serta ruangan yang bisa disewa untuk melakukan *meeting* ataupun acara besar seperti pernikahan atau ulang tahun. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk mengetahui, bagaimana cara pengelolaan atau cara kerja yang dilakukan oleh karyawannya sehingga Sheraton memiliki nama yang selalu baik di mata masyarakat sekitar. Secara struktural perusahaan, penulis melakukan magang di divisi *Human Resources Department (HRD)*. Kegiatan divisi *Human Resources Department (HRD)* lebih mengatasi karyawannya.

Melalui kegiatan kerja praktik di *HRD* ini, penulis lebih memahami bagaimana mengatur suatu organisasi di dalam *brand* yang dikenal oleh banyak orang, bagaimana cara menciptakan hubungan yang baik antar karyawan khususnya tugas dan kegiatan

yang dilakukan dalam bidang sumber daya manusia. Dalam kerja praktek ini, penulis harus mampu bagaimana menciptakan relasi yang baik dengan para karyawan juga *trainee* yang berasal dari sekolah serta latar belakang yang berbeda. Penulis berada di bagian *Leader & Development* namun dapat juga merangkap pekerjaan yang ada, dalam bagian tersebut penulis sering membuat *training* atau pelatihan bagi *trainee* dan juga karyawan, lalu membuat acara yang berkaitan dengan hari besar seperti acara natal, dan juga membuat acara untuk memberikan apresiasi bagi karyawan yang memiliki kinerja kerja yang bagus.

I.2. Bidang Kerja Praktek

Bidang kerja praktik ini ada di divisi Sumber Daya Manusia dalam menciptakan hubungan antar karyawan. Dimana divisi Sumber Daya Manusia ini yang mengatasi setiap adanya masalah atau hal apapun yang berurusan dengan karyawan Sheraton Hotel & Tower, Surabaya.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara kerja yang sesungguhnya divisi Sumber Daya Manusia khususnya menciptakan hubungan yang baik antar karyawan serta untuk mengaplikasikan teori yang didapat selama menimba ilmu di perkuliahan.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

1. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai divisi Sumber Daya Manusia secara langsung
2. Mengasah *soft skill & hard skill* didalam dunia kerja secara langsung
3. Mengetahui cara kerja didunia kerja yang sesungguhnya

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. *Public Internal*

Dalam bukunya yang berjudul “Dasar-dasar *Public Relations*”, Oemi Abdurrachman menyatakan jika sasaran kegiatan *public relations* adalah publik internal dan publik eksternal. *Internal public relations* merupakan hubungan yang terjalin antara organisasi dengan karyawan serta pemegang saham. Eksternal *public relations* merupakan hubungan yang terjalin antara organisasi dengan pelanggan, khalayak sekitar, instansi pemerintah, pers, dan kelompok-kelompok lain di luar organisasi.

Publik eksternal memiliki sifat yang sama pentingnya dengan publik internal, karena hubungan *public relations* dengan kedua publik tersebut sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu organisasi untuk meraih kesuksesan. Abdurrachman (2001, pp. 37–38) memberikan beberapa hubungan yang sesuai dengan konteks diatas yaitu, hubungan dengan publik intern (*internal public relations*) seperti hubungan dengan karyawan (*employee relations*), dan hubungan dengan pemegang saham

(*stakeholder relations*), hubungan baik dengan publik eksternal (*external public relations*) seperti hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), hubungan dengan khalayak sekitar (*community relations*), hubungan dengan pemerintah (*government relations*), dan hubungan dengan pers (*press relations*).

Menurut Jefkins (2003, p. 113) *public internal* merupakan seluruh aspek yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan organisasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memenuhi kepentingan serta kebutuhan publik internal dari organisasi tersebut. Dengan adanya hubungan yang baik antara seluruh pihak yang tergabung dalam organisasi, maka akan tercipta suasana kerja yang baik.

Kegiatan ini memiliki banyak jenis dalam pelaksanaannya, ruang lingkup hubungan internal diantaranya hubungan dengan para karyawan (*employee relations*), dan hubungan antar manusia (*human relations*). Ada juga hubungan internal (*internal relations*) yang kegiatannya memberikan konsekuensi pada berbagai hubungan bagi masing-masing aspek publik internal (Jefkins, 2003, p. 113).

1.5.2. Employee Relations

Agar terjalin hubungan yang baik antar karyawan, salah satu strategi yang dapat digunakan adalah *employee relations*, yang bisa diartikan sebagai kegiatan untuk mengajar dan meningkatkan komunikasi di dalam organisasi. Melalui kegiatan tersebut, diharapkan dapat memberikan hal positif, seperti karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh perusahaan, sehingga memiliki motivasi, kreativitas yang tinggi,

dan ingin mencapai prestasi dalam bekerja semaksimal mungkin (Rahmadini, 2017, p. 5). Menurut Ruslan (2007, p. 272) menyatakan jika *employee relations* merupakan sarana kegiatan komunikasi yang bisa mengelola sumber daya manusia dan lainnya demi mencapai tujuan, kemudian dapat meningkatkan produktivitas organisasi baik secara kuantitas maupun berkualitas ke dalam bentuk barang atau pemberian jasa yang ditawarkan pada publik sasarnya.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *employee relations* adalah aktivitas yang disusun oleh organisasi dengan tujuan untuk mengelola sumber daya manusia yang aktif bekerja di organisasi tersebut demi membantu dan mewujudkan tujuan organisasi tersebut, dengan harapan kegiatan tersebut dapat meningkatkan kinerja kerja karyawan yang dapat berimbas pada hasil yang baik dan maksimal dari karyawannya.

Menurut Cutlip dan Center (2006, p. 255) menyatakan jika *employee relations* dapat dianggap berkualitas jika jujur dan dapat dipercaya, dan hal tersebut dapat didapatkan jika dalam organisasi berada dalam kondisi yang sudah terbentuk keyakinan serta kepercayaan antar karyawan dengan atasan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jujur dan transparan bukan hanya ke atas namun ke berbagai arah seperti atas sampai ke bawah di dalam organisasi. lalu kerja sama yang baik dan memuaskan, keberlanjutan kerja tanpa timbulnya konflik, serta lingkungan yang sehat dan aman.

Iklim komunikasi yang baik dalam organisasi dapat menimbulkan suasana sekitar tempat kerja menjadi positif sehingga karyawan puas dalam komunikasi organisasi. Maka dari itu, untuk memperoleh kepuasan tersebut, organisasi perlu melakukan komunikasi yang efektif yang bersifat dua arah kepada karyawan dan atasan. Sehingga tercipta keterbukaan atau transparansi diantara organisasi dengan karyawan, sehingga saling memahami keinginan antar dua pihak, dan perbuatan tersebut dapat diwujudkan melalui kegiatan serta tujuan dari *employee relations*.

Tujuan *Employee Relations*

- a. Sebagai sarana komunikasi internal yang dilakukan secara dua arah dan dipergunakan dalam organisasi.
- b. Meminimalisir kesalahpahaman atau hambatan dalam komunikasi antara manajemen dengan karyawan.
- c. Sebagai sarana komunikasi dalam upaya menyampaikan sesuatu yang penting atau berkaitan dengan perusahaan seperti kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dan organisasi.
- d. Sebagai perantara komunikasi internal bagi pihak karyawan dengan manajemen dalam menyampaikan keinginan, memberikan saran dan informasi serta memberikan laporan kepada pihak manajemen (Ruslan, 2007, pp. 277–278).

Kegiatan *Employee Relations*

Menurut Ruslan (2007, pp. 278–279), kegiatan *employee relations* dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

a. Program pendidikan dan pelatihan

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan, kualitas hingga kuantitas dalam pemberian jasa dan sebagainya.

b. Program motivasi kerja

Program ini dikenal dengan istilah *Achievment Motivation Training (AMT)*. Dalam program ini organisasi mengharapkan adanya motivasi kerja yang tinggi dari karyawannya dengan harapan atau keinginan dari pihak organisasi dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

c. Program penghargaan

Organisasi memberikan penghargaan atau *reward* kepada karyawan yang berprestasi kerja, maupun yang sudah bekerja dalam waktu yang lama

d. Program acara khusus (*special events*)

Untuk menumbuhkan hubungan yang baik antar sesama karyawan, maka organisasi membuat *events* yang dirancang diluar dari bidang pekerjaannya sehari-hari, seperti *event* ulang tahun perusahaan, adanya kegiatan keagamaan, olah raga, lomba, hingga melakukan liburan bersama yang dihadiri oleh seluruh karyawan, termasuk pimpinan.

e. Program media komunikasi internal

Demi menumbuhkan komunikasi yang baik, maka organisasi membentuk media komunikasi internal melalui *news release* (majalah dinding), buletin yang berisikan pesan, informasi, dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan organisasi.