

## STRATEGI INTERNAL PUBLIC RELATIONS PT MELIA SEHAT SEJAHTERA DALAM MENJAGA HUBUNGAN KARYAWAN

Regina Eka Wulandari, Michael Jibrael Rorong<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putra Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putra Batam  
email: [pb181110016@upbatam.ac.id](mailto:pb181110016@upbatam.ac.id)

### ABSTRACT

*The internal strategy for public relations at PT Melia Sehat Sejahtera is to maintain employee relations. In this case employees are one of the most important informants within a company so that the importance of good relations within an organization or company in carrying out management organization rotation both in the internal and external scope of the company so that the foundation factory is a management function that bridges between companies and the media public. While the research method used in this study is using qualitative research methods with the object of study at PT Melia Sehat Sejahtera. The results of this study indicate that PT Melia is healthy and prosperous in relation to the internal public relations strategy at the PT, namely that there are aspects of employee relations in the form of internal communication in bridging employees. Meanwhile, the strategic aspect of internal public relations at the PT is the existence of a learning system that is given to members or employees. Of course, this is supported by internal public relations communications carried out by PT Melia Sejahtera in internalizing internal public relations relations at PT Milea Sehat Sejahtera.*

**Keywords:** Strategy, Public Relations, Employees

### PENDAHULUAN

Satu hal yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan adalah kualitas hubungan antara organisasi dan audiens eksternalnya, struktur internalnya, dan pelanggannya. Ketika ada komunikasi yang baik di antara karyawan, setiap orang di perusahaan atau organisasi merasa menjadi bagian darinya dan dapat melakukan pekerjaannya tanpa rasa khawatir. kegiatan yang berkaitan dengan pelaksanaannya. juga komitmen yang diberikan oleh suatu organisasi atau asosiasi. Saat membicarakan ikatan antar kelelawar, sulit untuk menghindari penyebutan media kelelawar, atau berbagai bentuk komunikasi kelelawar yang digunakan oleh masyarakat luas dalam suatu kelompok atau organisasi tertentu. Peran media internal adalah untuk melayani sebagai saluran antara manajemen perusahaan, organisasi atau kelompok lain dan karyawannya (Fuentes, 2017).

Komunikasi Internal adalah fungsi komunikasi antara manajemen perusahaan dan karyawan untuk mempromosikan keintiman emosional yang diwakili oleh pengabdian dan keterlibatan yang berhasil dalam tujuan perusahaan. Identifikasi organisasi adalah seperangkat pengaturan di mana orang bekerja dengan bangga, merasa nyaman, dan merasa menjadi bagian dari perusahaan, memungkinkan pengabdian kinerja. Identifikasi organisasi membutuhkan keterlibatan interpersonal (Wijaya

et al., 2015).

Humas adalah fungsi manajemen yang menjembatani publik organisasi dan komunikasi internal untuk memecahkan kesulitan. Tanpa keahlian, seorang profesional PR tidak dapat benar-benar memahami betapa miringnya profesi tersebut (Sulistyowaty, 2017). Humas internal bertujuan untuk menemukan dan mengumpulkan aspek-aspek yang mendorong dan persepsi dalam masyarakat (Nasution, 20159). Hubungan internal orang-ke-orang Hubungan pemegang saham, hubungan karyawan-karyawan, hubungan masyarakat, dan hubungan karyawan-karyawan profesional harus terlibat dengan pekerja di semua tingkatan, formal dan informal, untuk mendapatkan umpan balik dan ide kebijakan. PR harus menghubungkan eksekutif dan pekerja. Karena mengembangkan koneksi perwakilan harus membuat pekerja merasa dihargai dan fokus pada manajemen. Ini dapat meningkatkan kinerja kerja dengan menumbuhkan rasa memiliki (Vili & Nancy, 2013).

Komunikasi internal timbal balik diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman antara pemimpin dan karyawan atau rekan kerja. Sangat penting untuk membangun tempat kerja yang bahagia di mana karyawan dan organisasi dapat bekerja sama dengan baik. Kegiatan dalam hubungan karyawan berusaha untuk mempromosikan hubungan karyawan dan menciptakan komunikasi internal yang efisien di

dalam organisasi dengan eksekutif perusahaan dan antara karyawan untuk memberikan kondisi kesejahteraan yang berkelanjutan.

PT Melia Sehat Sejahtera adalah organisasi yang bergerak di bidang Multi Level Marketing. Proses pengerjaannya adalah memperkenalkan atau menceritakan tentang lima pilar PT Melia Sehat Sejahtera, sesuai dengan wawancara pra penelitian. Lima poin dukungan sangat bagus dalam hal profil, validitas, produk luar biasa, dan kerangka kerja promosi. Produk PT Melia Sehat Sejahtera yaitu melia biang dan propolis lebih dikenal dibandingkan MLM (multi level marketing) yang biasanya memiliki produk lebih dari dua bahkan puluhan. Perusahaan MLM (multi level marketing) seperti PT Melia Sehat Sejahtera membayar bonus anggota setiap hari kerja (harian), misalnya pada hari Senin. Jika perusahaan memiliki banyak omset pada hari Selasa, bonus langsung dibayarkan. Ada juga bonus mingguan selain bonus harian.

PT Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan yang menggunakan sistem *marketing*. Saat ini, perusahaan memiliki banyak anggota atau karyawan di beberapa tempat. PR diperlukan. Penulis menekankan strategi PR di tempat kerja. Kegiatan ini terdiri dari koneksi dengan pemimpin dan pekerja untuk meminimalkan gangguan kesalahpahaman. PT Melia Sehat Sejahtera Keyakinan bahwa jika seorang karyawan telah memiliki rasa memiliki dan cinta terhadap perusahaan, ia akan bekerja dengan jujur, menikmati semua pekerjaannya, menjadi ahli di bidangnya, berinteraksi secara positif dalam semua bidang terkait, percaya pada perusahaan, mencintai produk PT Melia Sehat Sejahtera, dan berkomitmen terhadap perusahaan. Peran humas diperlukan untuk menjaga hubungan internal agar karyawan tetap berkomitmen terhadap bisnis.

Penelitian (Dikriansyah, 2018) penelitian ini menunjukkan bahwa manusia berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Misalnya, mereka dapat menunjukkan penghargaan dengan memberikan bonus, penghargaan, atau promosi. Mereka juga dapat mendengarkan ide dan menghargainya. Karyawan juga menyediakan program khusus, seperti liburan atau gathering. Interaksi antara pimpinan dan pegawai, hubungan antar pegawai, memberikan rasa aman, dan menempatkan pegawai sesuai dengan kemampuannya merupakan faktor tambahan yang mempengaruhi upaya peningkatan kinerja pegawai.

## KAJIAN TEORI

### 2.1. Teori *Relations Relational Dialectis*

Leslie Baxter dan WK Rawlins menemukan teori dialektika relasional untuk pertama kalinya pada tahun 1988. Artinya, dialektika olahraga

dicirikan oleh gaya komunikasi tertentu antara kekasih dan pasangan dalam suatu hubungan. Ketegangan atau ketidaksepakatan antara orang-orang dalam suatu hubungan membangun kehidupan.

Ketika satu orang mencoba memaksakan kehendaknya pada orang lain, konflik muncul (Munirudin, 2019), dari Teori *Relations Relational Dialectis* di atas terdapat beberapa 4 asumsi-asumsi teori, yaitu:

- a. Koneksi tidak linier.
- b. Hidup ditandai dengan perubahan.
- c. Dalam hubungan langsung, kontradiksi adalah ciri mendasar.
- d. Komunikasi sangat penting untuk mengelola dan menyelesaikan konflik hubungan

Berdasarkan dari ke 4 asumsi tersebut maka terdapat elemen-elemen yang berpedoman terhadap sudut pandang dialektis, termasuk praksis, totalitas, kontradiksi, dan gerak. Totalitas mengungkapkan apakah pasangan bergantung satu sama lain. Keadaan inkonsistensi dalam perlawanan dua komponen yang bertentangan. Pengembangan melihat ide interaksi koneksi dan perkembangan yang terjadi pada koneksi tersebut dalam jangka panjang.

### 2.2. Komunikasi

#### 2.2.1. Pengertian Komunikasi

Istilah "komunikasi" sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berbeda karena merupakan topik yang banyak dibicarakan, tidak hanya di kalangan awam. Menurut Michael Jibrael Rorong, perspektif dalam komunikasi dapat dikategorikan ke dalam beberapa perspektif berikut: Sudut pandang deduktif-interpretif cenderung memberikan peta teoretis yang dapat digunakan untuk mengkategorikan topik dan tradisi apa pun dalam kerangka komunikasi tunggal (Rorong, 2019:104-105).

Dengan demikian, korespondensi harus terlihat dan digambarkan pada tingkat yang menyertainya :

- a. Mikro ke mikro, khususnya tingkat komunikasi intrapersonal (bagaimana orang memproses informasi)
- b. Interpersonal (cara dua orang mempengaruhi satu sama lain)
- c. Kelompok (bagaimana sejumlah besar orang berkomunikasi dengan cara yang dinamis)
- d. Organisasi formal dan informal (cara dalam di mana komunikasi terjadi dan berfungsi dalam organisasi, komunitas, dan masyarakat; cara di mana komunikasi menetapkan atau mengubah agenda penting untuk isu-isu tertentu)

#### 2.2.2. Fungsi Komunikasi

Komunikasi terjadi karena komunikasi yang baik dekat dengan fungsi-fungsi yang mendukung efektifitasnya tidak lepas dari bentuk dan

fungsinya. Fungsi komunikasi sesuai dengan (Basit, 2018) ialah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan informasi  
Informasi, serta pesan, gagasan, gagasan, pendapat, dan komentar, semuanya adalah bagian dari komunikasi. sehingga setiap orang dapat menyadari apa yang terjadi di setiap tempat. lingkungan lokal, lingkungan nasional dan internasional, dan apa yang terjadi di luar masyarakat akan merasa aman dan tenteram jika menerima informasi yang akurat.
- b. Mendidik  
Komunikasi sebagai metode mendidik informasi, menyebarkan kreativitas, memberikan tidak hanya hiburan tetapi juga pendidikan untuk memperluas wawasan seseorang, memanfaatkan berbagai kesempatan pendidikan, baik di dalam maupun di luar sekolah, meningkatkan kualitas penyajian materi, membuatnya lebih menarik dan mengesankan, dan menyediakan berbagai informasi selain untuk memperbaiki, memajukan, dan mengembangkan masyarakat.
- c. Entertain  
Selain memberikan informasi dan hiburan, komunikasi menambah warna kehidupan. Ini berfungsi sebagai sarana sosialisasi yang menyenangkan untuk semua kelompok
- d. *Influence*  
Komunikasi menambah kehidupan dan warna dunia selain memberikan informasi dan hiburan.

### 2.2.3. Tujuan Komunikasi

Komunikasi berfungsi sebagai sarana dimana organisasi dapat mencapai tujuannya, alat perantara yang dapat dimotivasi, dan saluran dimana mekanisme perubahan dapat mengarahkan dan menerima pengaruh (Puput Purnama Sari, 2018).

- a. *Attitude Change*  
Upaya komunikasi untuk mencapai kapasitas seseorang untuk memahami dengan jelas pesan yang dimaksud oleh komunikator disebut pemahaman.
- b. *Opinion Change*  
Banyak hal terjadi ketika ada komunikasi. Kemampuan seseorang untuk memahami dengan jelas pesan yang dimaksud oleh komunikator disebut pemahaman.
- c. *Behaviour Change*  
Komunikasi bermaksud untuk mengonversikan antara perilaku ataupun perbuatan seseorang.
- d. *Social Change*  
Mewujudkan dan menegakkan rangkaian

hubungan bersama orang lain kemudian terciptalah suatu hubungan yang baik. Dengan proses komunikasi yang efektif secara tidak langsung menumbuhkan kekuatan hubungan interpersonal.

### 2.3. *Public Relations*

#### 2.3.1. Pengertian *Public Relations*

Menurut (Satlita, 2014), *public relations* adalah proses membangun dan memelihara hubungan positif antara organisasi dan publiknya mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan atau kegagalan organisasi atau perusahaan.

Humas memainkan peran penting dalam kemampuan organisasi untuk mempertahankan hubungan positif dengan publik internal dan eksternal, mendapatkan dukungan publik, dan memproyeksikan citra positif. Sebagai sebuah profesi, humas harus mampu melakukan kedua hal tersebut.

#### 2.3.2. Fungsi *Public Relations*

Adapun fungsi *Public Relations* pada dasarnya adalah:

- a. Merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membina citra masyarakat yang positif, saling percaya, dan itikad baik;
- b. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi opini publik dengan cara yang menguntungkan semua pihak.
- c. Upaya untuk membangun serangkaian hubungan publik internal dan eksternal antara bisnis atau organisasi
- d. Meskipun sebenarnya merupakan ciri organisasi atau perusahaan dan tidak esensial bagi manajemen untuk mencapai tujuan sesuai dengan harapan publik (Silviani, 2020)

Fungsi utama publik relation ialah membantu organisasi yang selalu punya hubungan harmonis dengan berbagai publiknya dengan kegiatan komunikasi. Karena dengan adanya hubungan yang demikian maka public sebuah organisasi akan mendukung keberadaan organisasi dan program-program serta kebijaksanaan organisasi.

#### 2.3.3. *Public Relations* dalam Komunikasi Organisasi

Dalam konteks pelaku *Public Relations* dalam fungsi manajemen, praktisi *Public Relations* harus membantu organisasi dalam menerapkan filosofinya, mencapai tujuannya, menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dan berhasil ketika sumber daya bersaing memperluas sumber daya organisasi. Berikut ini adalah tanggung jawab hubungan masyarakat organisasi (Satlita, 2014):

- a. Menunjang gerakan manajemen saat mewujudkan manajemen destinasi
- b. Menjalin komunikasi dua arah timbal balik

saat berkomunikasi dengan publik dan memengaruhi opini publik untuk perusahaan.

- c. Demi kepentingan publik, menanggapi publik dan menyampaikan amanat organisasi kepada pimpinannya.
- d. Bangun koneksi yang terkoordinasi antara asosiasi dan pabrik baik di dalam maupun dari jarak jauh

#### 2.4. Internal Public Relations

*Internal Public Relations* yang baik artinya tidak membedakan karyawan. Upaya Internal Humas yang menunjukkan kepedulian terhadap kemajuan atau kepentingan pegawai antara lain adalah pemutakhiran atau pemberian kesempatan bagi pegawai untuk mengikuti pendidikan lain yang secara psikologis dapat meningkatkan harkat dan martabat pegawai. Internal PR berfokus pada komunikasi internal (Nasution, 2019).

*Public Relations* dapat berkomunikasi secara internal melalui berbagai rute, termasuk:

- a. *Downward Communication*
- b. *Upward Communication*
- c. *Sideways Communication*

Komunikasi internal di antara orang-orang organisasi dapat terjadi melalui sejumlah saluran yang berbeda, termasuk sebagai berikut:

- a. Sebuah aliran korespondensi turun (korespondensi lebih rendah), khususnya dari organisasi ke perwakilannya. Misalnya berupa arahan dari kepemimpinan, petunjuk, dan hal-hal spesifik mengenai spesifikasi teknis pekerjaan yang akan disampaikan bawahan.
- b. Komunikasi ke atas, khususnya antara karyawan dan bisnis. Misalnya berupa melaksanakan instruksi tertulis dan lisan, menerima laporan dari pekerjaan, dan mengkomunikasikan saran karyawan kepada pimpinan perusahaan.
- c. Komunikasi paralel antar karyawan, juga dikenal sebagai komunikasi berdampingan. Contohnya meliputi informasi tentang kegiatan di luar tempat kerja (kantor), seperti olahraga, keagamaan, keluarga, kesejahteraan, dan kegiatan sosial karyawan lainnya, serta informasi tentang pekerjaan atau kegiatan lain untuk pendidikan dan pelatihan

#### 2.4. Teori Sense of Belonging

Menurut Osterman dalam (Islami, Anissa Nur, 2016), *sense of belonging* sendiri juga biasa disebut keterkaitan, konektivitas, rasa komunitas, keanggotaan kelas, dukungan, dan penerimaan.

*Sense of belonging* menurut (A.N, Rizal Affif) adalah penerimaan, penghargaan, perasaan dilibatkan atau dilibatkan, dan dorongan dari orang lain dan lingkungannya, serta perasaan

menjadi "seseorang" yang vital dan berguna bagi kegiatan dan kehidupan kelompok.

#### 2.5. Strategi

Istilah "*strategos*", yang berasal dari bahasa Yunani, mengacu pada seluruh peran komando umum dalam militer. Cakupan dan arah pengembangan organisasi, serta sarana yang strategi kompetitif dapat dicapai, semua aspek strategi dalam bisnis. Sebuah kerangka acuan yang terintegrasi dan mencakup semua, mengarahkan pemilihan strategi yang akan membentuk dan mengarahkan kegiatan menuju tujuan organisasi.

*Big Ideas*, menurut Venus (2004:152). Ruslan menyatakan, "Strategi adalah rencana yang dirancang untuk mendukung keberhasilan program perusahaan" berdasarkan pengertian sebelumnya. Setelah itu, Venus lebih fokus pada strategi dan metode pendekatan untuk menyelesaikan sebuah program kampanye. (Sawaliana, 2016) untuk mengkomunikasikan informasi secara terencana antar pelaku bisnis melalui pabriknya, sebuah perusahaan membutuhkan strategi kehumasan.

Untuk mengkomunikasikan informasi secara terencana antar pelaku bisnis melalui pabriknya, sebuah perusahaan membutuhkan strategi kehumasan. Tindakan yang dilakukan humas untuk mendukung tujuan perusahaan dalam perencanaan kehumasan dikenal dengan strategi kehumasan. Definisi Ahmad A. Adnan putra tentang strategi kehumasan adalah "alternatif optimal yang diambil untuk mencapai tujuan kehumasan dalam kerangka kerja kehumasan".

##### 2.5.1. Jenis-jenis Strategi

George A. Steiner mengatakan (1997:15-16) bahwa tidak ada kelas penggambaran atau strategi berkumpul yang dianggap umum, semua yang bisa dicantumkan berdasarkan ukuran negarainya sebagai berikut:

- a. Pengklasifikasian berdasarkan tingkat kesulitan organisasi merupakan strategi yang didasarkan pada tahapan masing-masing divisi, yang memiliki strategi tersendiri dan merupakan cabang dari strategi utama suatu instansi.
- b. Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup, dimana tata letak dalam arti luas atau sempit sesuai dengan pengertiannya. Pertemuan tersebut bergantung pada keterkaitan esensial dengan sumber material atau non material, khususnya dengan menggandeng mitra pada struktur yang sebenarnya, seperti SDM yang dapat diakses atau gaya eksekutif dalam suatu organisasi
- c. Tujuan pertumbuhan utama dari keberhasilan atau kegagalan program
- d. Strategi manajer yang lebih penting bagi manajer pada level yang lebih tinggi

## 2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Suganda, 2016) yang berjudul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan PT. NGL ARUN LHOKSEUMAWE”, pada tahun 2016 dan dipublikasi Journal of Government and Social Science. Vol. 1(2), ISSN: 2476-9029. Temuan studi menunjukkan bahwa departemen humas PT telah menggunakan berbagai strategi. ARUN NGL menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja, seperti menyelenggarakan acara untuk karyawan, memberikan atau memuji karyawan, menerbitkan informasi dalam bentuk buletin dan media elektronik seperti informasi publik Lotus Note, dan membuat situs web di situs web perusahaan sendiri.

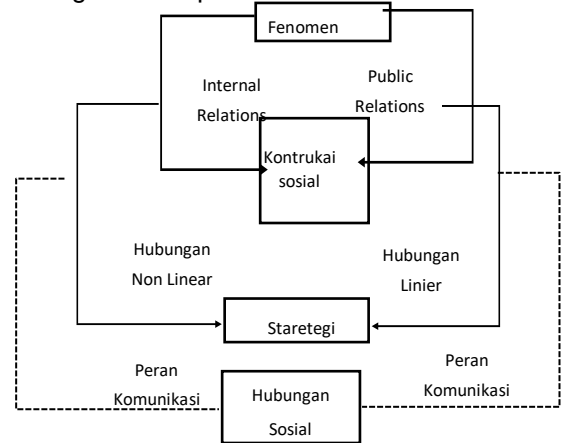
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada bagian objek terdapat perbedaan yang dimana objek penelitian terdahulu pada PT Arun NGL Lhokseumawe, sedangkan penelitian yang sekarang pada PT Melia Sehat Sejahtera. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian. Dimana lokasi penelitian terdahulu berlokasi di Lhokseumawe, aceh dan penelitian yang sekarang berlokasi di Batam. Pada fokus penelitian juga berbeda dimana fokus penelitian terdahulu adalah *Public Relation* dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT Arun NGL sedangkan fokus penelitian sekarang yaitu berfokus pada *Internal Public Relation* PT Melia Sehat Sejahtera Dalam Menjaga Hubungan Karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Joel Arimie, 2020) dalam penelitiannya dengan judul *Employee- employee relations and employee engagement in a tertiary institution* in Benin City, Edo State. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara hubungan majikan-karyawan dan employee engagement di sebuah perguruan tinggi di Negara Bagian Edo. Metodologi penelitian yang digunakan ialah Wawancara semi-terstruktur dilakukan pada lintas staf manajemen, kepala departemen, dan unit di Universitas. Sebuah metode deskriptif diadopsi untuk analisis data. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keterikatan karyawan adalah produk sampingan dari hubungan pemberi kerja dan karyawan dan kualitas hubungan merupakan salah satu faktor terpenting yang mendorong keterikatan dan kepuasan karyawan.

Perbedaan kajian ini dengan kajian sebelumnya ialah, universitas swasta di Benin-City, Edo State, Nigeria, menjadi lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel empat orang yang memiliki pemahaman luas tentang masalah tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara pemberi kerja dan karyawan. Sedangkan

penelitian saat ini adalah penelitian yang dilakukan di Batam dengan objek PT Melia Sehat Sejahtera dengan fokus Penelitian Hubungan Masyarakat Internal Dalam Menjaga Hubungan Karyawan.

## 2.7. Kerangka Konseptual



**Gambar 1.** Kerangka Konseptual (Sumber: Data diolah Penulis, 2022)

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di PT Melia Sehat Sejahtera Batam. Penelitian yang berfokus pada *Internal Public Relations*, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang dikombinasikan dengan teknik deskriptif untuk penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada operasional *Internal Public Relations* PT. Melia Sehat Sejahtera sebagai objeknya. Informan dalam penelitian ini ialah karyawan pada PT. Melia di Kota Batam yang memenuhi syarat. Penelitian ini dilakukan di Kota Batam penelitian ini dilakukan di Home Prospek PT Melia Sehat Sejahtera yang beralamat Jl. Mitra Raya 2 Blok D No. 43, Tlk. Kering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Peneliti melakukan penelitian selama 5 bulan dari bulan Agustus 2022 hingga bulan Januari 2023. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka pada karyawan pada PT. Melia di Kota Batam.

Analisis penelitian yang digunakan menggunakan metode analisis dengan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman di (Sugiyono 2020) terdapat di bukunya yang berjudul Metode Penelitian kualitatif menjelaskan aktivitas analisis data yang dilakukan dengan memilih keterangan, membdekanan berbentuk bagian-bagian, mencocokkan dan merangkai ke dalam bentuk. Dan memilih apa yang akan dipelajari lalu membuat kesimpulan apa yang sudah di informasikan oleh individu lain. Aktivitas analisis data model Miles dan Huberman memiliki

empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Uji kebasahan pada penelitian ini menggunakan uji *Credibility*, untuk melakukan penyelidikan dengan cara yang memungkinkan tingkat kepercayaan tertentu dalam temuan yang akan dicapai dan Uji *Transferbility*, uji ini dapat mencerminkan tingkat presisi atau penerapan hasil studi pada populasi sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, *nonparticipant observation*, dan dokumentasi yang selanjutnya dilakukan analisis dengan metode analisis Miles dan Huberman, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

#### 1. Identitas Narasumber

Didalam penelitian ini bertemu 2 Informan yang bekerja di PT Melia Sehat Sejahtera di Batam yang sudah bekerja selama 3 tahun, rata-rata usia informan tersebut 23-30 tahun. Kemudian peneliti bertemu KeyInforman yang bekerja di PT Melia Sehat Sejahtera di Batam yang sudah bekerja selama 20 tahun, yang berusia 29 tahun.

#### 2. Strategi *Internal Public Relations* PT. Melia Sehat Sejahtera Dalam Menjaga Hubungan Karyawan

Dalam penelitian ini, strategi internal public relations yang dilakukan oleh PT Melia Sehat dalam menjaga hubungan karyawannya yaitu : *Excellent Strategy Of Network (ESN)* atau *support system*. Di dalam strategi ini terdapatnya *support system* kepada karyawan dengan melakukan pembelajaran pendidikan yang dimana hubungan antar sesama member atau karyawan, sampai leader nasional tetap terjalin. Seperti pernyataan dari *KeyInforman* kunci, Bapak Bahari Syarif beliau mengatakan bahwa strategi *internal public relations* yang dilakukan PT Melia Sehat Sejahtera dalam Menjaga Hubungan Karyawannya ialah :

"Untuk strategi yang diterapkan oleh PT Melia yaitu ESN (*Excellent Strategy Of Network*) yang di mana maksudnya itu *Support System* yang diberikan kepada member atau karyawan. Juga dijelaskan bahwa member atau karyawan harus mengikuti sistem pendidikan pembelajaran yang di mana di dalam sistem pendidikan pembelajaran ini *senior leader* harus mampu membangun ikatan emosional dengan sesama member atau karyawan. Karena member atau karyawan yang belum terbentuk emosional nya akan sangat tidak stabil, maka dari itu *senior leader* harus membangun yang namanya ikatan emosional terlebih dahulu agar si member atau

karyawan memiliki emosional yang stabil. *Senior leader* juga harus mampu melakukan pendekatan secara internal agar member atau karyawan merasakan ada hubungan yang erat atau kekeluargaan yang diciptakan oleh PT Melia Sehat Sejahtera. Nah, setelah itu barulah *senior leader* membangun komitmen terhadap member atau karyawan atau memberikan sudut pandang bahwa Melia ini bukan masalah melainkan solusi untuk member atau karyawan mendapatkan peluang atau tambahan jam kerja. Sehingga nanti member atau karyawan mampu berpikir kalau mereka memiliki tugas dan tanggung jawabnya. Disini lah cara kami menjaga hubungan dengan sesama member/karyawan di Melia yaitu dengan sistem pendidikan pembelajaran dan strategi *internal public relations* nya yaitu ESN."

Dapat disimpulkan dari pernyataan KeyInforman tersebut bahwa PT Melia Sehat Sejahtera menggunakan strategi ESN atau *support system* untuk menjaga hubungan karyawannya. Dalam strategi ESN itu terdapat sistem pendidikan pembelajaran yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera kepada member atau karyawannya untuk tetap menjaga hubungan mereka selalu kompak atau kekeluargaan. Di dalam sistem pendidikan pembelajaran itu mereka diajarkan oleh Senior Leadernya cara bagaimana membangun ikatan emosional hingga sampai membangun komitmen dengan sudut pandang kalau mereka itu mempunyai tanggung jawab dan tugasnya terhadap bisnis yang jalankan oleh PT Melia Sehat Sejahtera.

#### 3. Komunikasi *Internal Public Relations* yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera untuk menjaga hubungan karyawannya

Di dalam PT Melia Sehat Sejahtera adanya proses interaksi komunikasi antar sesama member atau karyawannya maupun dengan atasannya. Komunikasi *internal public relations* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera dalam menjaga hubungan karyawannya ialah, berikut pernyataan dari *KeyInforman* yang peneliti wawancarai yaitu Bapak Bahari Syarif:

"Seperti yang sudah di jelaskan dalam strategi *internal public relations* yaitu menggunakan strategi ESN yang dimana *support system* pendidikan pembelajaran. Dengan demikian, komunikasi internal yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera kepada member atau karyawannya ialah dengan melakukan pendidikan kepada member yaitu pendidikan pembelajaran yang Intens yang dilakukan dua kali pertemuan yaitu pertemuan pembelajaran dan pertemuan omset. Pertemuan pembelajaran sendiri terdiri dari : *one on one*, *home sharing*, *new member training* dan konsultasi member atau karyawan dan leader sedangkan pertemuan

omset terdiri dari : prospek *on one on*, *home prospek*, *open plan presentation(opp)*, dan *gebyar opp*. Dengan demikian di pertemuan itulah *senior leader* menjelaskan presentasi mengenai materi pertemuan pembelajaran dan pertemuan omset, di pertemuan ini terjadilah komunikasi internal antara sesama member atau karyawan maupun *senior leader* yang memimpin presentasi. Proses komunikasi internal yang terjadi seperti *sharing-sharing*, bertukar pikiran atau mengeluarkan pendapat antar sesama member atau member dengan atasannya sehingga terciptalah komunikasi *internal public relationsnya*.”

Dengan demikian penulis menyimpulkan komunikasi internal public relation yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera dalam menjaga hubungan karyawannya yaitu dengan melakukan pendidikan kepada member atau karyawannya yaitu pendidikan pembelajaran yang intens. Pertemuan di lakukan dua kali pertemuan, pertemuan pembelajaran dan pertemuan omset yang dimana *senior leader* memimpin presentasi mengenai materi tersebut. Dengan demikian terciptalah komunikasi internal di dalam pertemuan pembelajaran dan omset yang dilakukan oleh member atau karyawan seperti *sharing-sharing*, bertukar pikiran ide maupun gagasan.

Dalam proses penyampaian komunikasi pasti adanya terjadi hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi ialah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian komunikasi sehingga penyampaian komunikasi menjadi tidak efektif. Seperti yang terjadi di PT Melia Sehat Sejahtera bahwa hambatan komunikasi yang sering terjadi ialah dari segi waktu dan usia sehingga ketika melakukan pendidikan kepada member atau karyawannya agak sulit. Seperti yang di paparkan oleh Informan 1 peneliti :

“Kalau hambatan nya nggak jauh lah Mbak dari segi waktu eh ada lagi usia Mbak. Nah di Melia ini kan nggak semua member atau karyawannya fokus dengan bisnis ini aja mereka juga ada pekerjaan di luar sana kayak kerja PT mah kalau terkenal di Batam atau perusahaan lain yakan mbak. Disaat melakukan pertemuan pendidikan atau pertemuan pembelajaran ini mereka nggak datang kadang karena over time atau memang kebijakan di perusahaan di weekend masuk. Nah di situ saya harus berulang mengajarkan atau memberikan edukasi kepada member atau karyawan yang tidak datang Mbak. Kadang capek kan ngulang-ngulang Mbak hehehe, Tapi demi omset nggak apa-apa lah. Untuk hambatan selanjutnya itu dari faktor usia kadang kan usianya aja yang udah tua tapi pemahaman minim atau anak sekolah yang baru tamat tapi tak mengerti dunia bisnis. Di sanalah saya mencoba berkomunikasi atau memberikan

pandangan yang sederhana mengenai apa sih bisnis melia ini, apa sih untungnya buat kita join disini dan kesuksesan apa yang kita dapatkan kalau join gitu aja sih mbak hambatan nya.”

Maka dapat peneliti simpulkan bahwa hambatan komunikasi yang terjadi di dalam PT Melia Sehat Sejahtera ini ialah dari segi waktu dan usia. Di mana dalam segi waktu member atau karyawan melia ini tidak fokus dengan bisnis melia ini saja seperti yang di pernah di paparkan KeyInforman bahwa melia ini bukan masalah melainkan peluang tambahan jam kerja untuk mendapatkan omset diluar pekerjaan lainnya. Dengan demikian *senior leader* yang membawakan presentasi atau materi dalam proses pembelajaran mengalami kesulitan untuk menjelaskan atau memberikan edukasi berulang kali kepada member atau karyawan yang tidak datang. Untuk hambatan selanjutnya yaitu dari faktor usia yang berbeda-beda. Karena usia yang matang pun belum tentu mempunyai wawasan yang luas mengenai bisnis ini sehingga *senior leader* harus mampu berkomunikasi atau memberikan pandangan sesederhana mungkin mengenai bisnis melia ini, maupun terhadap kalangan anak-anak sekolah yang baru tamat yang belum paham mengenai bisnis yang dijalankan oleh melia. Begitulah hambatan komunikasi yang terjadi di dalam internal PT Melia Sehat Sejahtera.

#### 4. Bagaimana cara membangun relasi di dalam hubungan *Internal Public Relations* di PT Melia Sehat Sejahtera

PT Melia Sehat Sejahtera menerapkan ada beberapa point untuk membangun relasi di dalam hubungan *internal public relations* nya seperti yang di paparkan oleh Informan 2 yang peneliti wawancara :

“Untuk membangun relasi *internal public relations* di PT Melia Sehat Sejahtera ya gitu mbak, biasanya kami menerapkan yang pertama memahami karakter sesama member atau karyawan di Melia terlebih dahulu. Baru lah yang kedua mampu memahami tanggung jawab dan tugasnya dari saya sendiri nih sebagai *senior leader* sampai ke member karyawan. Ketiga mampu menciptakan tim yang kompak agar mendapatkan omset yang gede. Keempat yang penting banget semua karyawan harus meningkatkan kinerja dan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan *chemistry* yang baik seperti kadang kami melakukan kegiatan seperti *training* keluar kota agar kekompakan atau kekeluargaan yang dijalankan oleh PT Melia Sehat Sejahtera ini tetap selalu terjaga sekalian *refreshing* gitu mbak.”

Dapat peneliti simpulkan bahwa cara PT Melia Sehat Sejahtera dalam membangun relasi

internal public relations yaitu memahami karakter sesama member terlebih dahulu agar terjadinya proses interaksi yang baik atau tidak terjadinya kesalah pahamanan. Barulah member atau karyawan mampu memahami tugas dan tanggung jawabnya untuk menjalankan bisnis yang dijalankan melia agar mendapatkan omset yang besar. Dengan demikian, member juga harus meningkatkan kinerja dan menciptakan susasana kerja yang kompak agak tumbuhnya chemistry sesama internal public relations nya. Peneliti juga mewancarai hal yang serupa kepada KeyInforman di PT Melia Sehat Sejahtera yaitu Bapak Bahari Syarif dengan pernyataan sebagai berikut :

“Benar dek, yang di paparkan oleh Informan 2 itu ya bahwa membangun relasi internal public relations di perusahaan itu ialah sebuah aktivitas yang melibatkan pembentukan dan pemeliharaan hubungan karyawan, pemberi kerja yang berkontribusi pada produktivitas dan pendisiplanan yang memuaskan kan. Maka dari itu PT Melia Sehat Sejahtera menerapkan cara membangun relasi dalam internal public relations nya dengan memahami karakter sesama member atau karyawan, member atau karyawan mampu memahami tugas dan tanggung jawab, member atau karyawan mampu menciptakan tim yang kompak dan suasana kerja yang aman dan nyaman sehingga terbentuk lah nanti yang namanya ikatan dengan sesama member atau karyawan maupun atasan”.

#### 4.2. Pembahasan

Dari analisis, penulis memaparkan hal-hal yang ditemukan penulis selama bekerja di lapangan :

##### 4.2.1. Strategi *Internal Public Relations* PT Melia Sehat Sejahtera dalam Menjaga Hubungan Karyawannya.

PT Melia Sehat Sejahtera menggunakan strategi ESN (*Excellent Strategy Of Network*) dalam menjaga hubungan karyawannya. Dimana ESN ini ada *support system* yang diberikan perusahaan kepada seluruh member atau karyawannya. *Support system* yang diberikan ini merupakan pendidikan pembelajaran kepada seluruh member atau karyawan, yang di pimpin oleh *senior leader* sebagai pemateri. Di dalam pembelajaran ini *senior leader* harus mampu membangun emosional dengan sesama member, emosional yang dimaksud disini ialah ketika member melakukan sistem pembelajaran ini belum tentu semua member atau karyawan memiliki emosional yang stabil maka *senior leader* harus mampu membangun emosional dengan sesama member atau karyawan agar emosional member ini mulai stabil.

Dari penjelasan ini semua bahwa strategi

yang digunakan PT Melia Sehat Sejahtera dalam menjaga hubungan karyawannya yaitu ESN atau *support system* pendidikan pembelajaran kepada member atau karyawan.

##### 4.2.2. Bagaimana Komunikasi *Internal Public Relations* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera untuk Menjaga Hubungan Karyawan

PT Melia Sehat Sejahtera dalam membangun komunikasi *internal public relations* yaitu dengan sistem pendidikan pembelajaran yang intens. Pendidikan pembelajaran ini dilakukan dengan dua kali pertemuan, pertemuan pertama yaitu pertemuan pembelajaran dan pertemuan kedua yaitu pertemuan omset. Pertemuan pembelajaran sendiri terdiri dari : *one on one*, *home sharing*, *new member training* dan konsildasi member atau karyawan dan *leader* sedangkan pertemuan omset terdiri dari : *prospek on one on*, *home prospek*, *open plan presentation(opp)*, dan *gebyar opp*.

Dalam pendidikan pembelajaran tersebut *senior leader* berutugas memimpin sebuah presentasi yang sudah terdapat materi pembelajaran. Dengan demikian komunikasi internal antara *senior leader* dengan member atau karyawan dapat terjalin melalui pembelajaran tersebut dengan cara menyampaikan pendapat, ide , dan *sharing-sharing* sesama member atau karyawan melia. Sehingga di dalam pembelajaran tersebut antara *senior leader* yang memimpin jalan nya sebuah presentasi dengan sesama member atau karyawan terbangun lah *komunikasi internal public realations*.

Berikut beberapa proses pendidikan pembelajaran yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera kepada member atau karyawan:



**Gambar 1.** Pertemuan *Home Prospek Akbar* (1 Leader banyak Member )

Sumber: Doc. Hasil Pribadi 2022





**Gambar 2.** Pertemuan *Home Sharing* (Pembelajaran)

Sumber: Doc. Hasil Pribadi 2022



**Gambar 3.** *Home* Prospek sesama *member* (*Sharing-sharing*)

Sumber: Doc. Hasil Pribadi 2022



**Gambar 4.** Pertemuan Omset (OPP)

Sumber: Doc. Hasil Pribadi 2022

Dalam komunikasi pastinya ada nya sebuah hambatan yang dimana di PT Melia Sehat Sejahtera terjadinya hambatan komunikasi dari atasan ke bawahan nya seperti yang sudah di paparkan oleh informan 2, hambatan komunikasi yang terjadi yaitu dari segi waktu dan usia. Hambatan komunikasi dari segi waktu ialah ketika proses pendidikan pembelajaran ada

member atau karyawan yang tidak hadir di karenakan mereka sedang *overtime* di perusahaan lain tempat mereka bekerja, karena member atau karyawan melia ini tidak semua fokus dengan melia. Dengan demikian senior leader mengalami kesulitan dimana harus menjelaskan atau meberikan edukasi berulang kali kepada member atau karyawan yang tidak datang saat pendidikan pembelajaran.

Hambatan komunikasi selanjutnya ialah dari segi usia karena dalam proses penyampaian materi dalam pembelajaran terkendalanya dari faktor usia, ada yang udah dewasa tapi pola pikir nya masih sempit dan ada yang baru tamat sekolah yang sama sekali tidak paham akan dunia bisnis. Dalam PT Melia Sehat Sejahtera tidak semua member atau karyawan memiliki umur yang setara, dan tidak semua bisnis memahami bisnis yang dijalankan oleh melia. Dengan demikian *senior leader* merasakan kesulitan dalam memberikan edukasi kepada member atau karyawan yang belum memahaminya. Sehingga senior leader harus mampu meberikan sudut pandang sesederhana mungkin terhadap member atau karyawan tersebut agar memahami apa yang bisnis yang dijalankan oleh melia dan bentuk tugas serta tanggung jawab yang di berikan

#### 4.2.3. Bagaimana cara membangun relasi di dalam hubungan Internal Public Relations di PT Melia Sehat Sejahtera

PT Melia Sehat Sejahtera menerapkan cara membangun relasi dalam *internal public relations* yaitu dengan cara member atau karyawan harus mampu mehamami karakter sesama nya, sehingga nanti ke depan nya akan terjalin hubungan yang baik dan komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Selanjutnya yaitu member atau karyawan maupun atasan harus mampu memahami tugas dan tanggung jawabnya untuk menjalankan sebuah bisnis yang ada di melia, member atau karyawan juga harus memiliki tim yang kompak dan menciptakan suasana kerja yang nyaman sehingga mendapatkan omset yang besar untuk perusahaan.

Membangun relasi di dalam hubungan *internal public relations* PT Melia Sehat sejahtera memerlukan pembentukan dan pemeliharaan hubungan ketenagakerjaan dan pemberi kerja yang berkontribusi pada produktivitas dan disiplin yang memadai, sehingga memiliki pengaruh terhadap omset perusahaan dan kelangsungan operasi..

Penelitian ini menggunakan teori dialektika relasional, teori ini pertama kali di temukan oleh Leslie Baxter dan WK Rawlins pada tahun 1998 merupakan sebuah gambaran hidup hubungan yang dimana demi mendapatkannya kemajuan

dan pergerakan yang stabil. Orang-orang yang ada di dalam sebuah hubungan akan merasakan dorongan serta tarikan dari keinginan-keinginan serta bertolak belakang dari sebuah hubungan. Sehingga orang-orang mengharapkan kebaikan paling tidak mengarah kepada perubahan demi mendapatkan kebaikan. Di dalam sebuah hidup berhubungan didirikan oleh ketegang-ketegangan atau konflik, konflik akan terjadi ketika seseorang memaksa kan keinginan nya satu terhadap yang lain.

Komunikasi yang di lakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera untuk menjaga hubungan karyawan yaitu dengan melakukan sistem pendidikan pembelajaran yang mana member atau karyawan dapat melakukan komunikasi pada saat belajar bersama yaitu dengan *sharing-sharing* sesama member atau karyawan maupun atasan, bertukar ide, atau pun pikiran sehingga member atau karyawan bisa lebih memahami bisnis melia dan mendapatkan omset yang besar bagi perusahaan. Dari pertemuan pembelajaran ini lah nanti nya semua karyawan atau member PT Melia Sehat Sejahtera membangun komunikasi internal nya.

Sehingga terlihat bahwa komunikasi antara perusahaan dan karyawannya telah efektif. Setiap orang membutuhkan komunikasi, namun dalam konteks bisnis, komunikasi harus selalu efektif. Karena komunikasi antara pekerja dan supervisor atau antara karyawan dan pihak luar, titik komunikasi memainkan peran penting dalam melanjutkan operasi organisasi.

Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa 4 asumsi teori dialektika relasional ini ialah sebuah gambaran hidup hubungan yang saling tergantung demi mendapat kan kemajuan sama halnya yang dilakukan oleh karyawan PT Melia Sehat Sejahtera yang saling tergantung satu sama lain untuk menciptakan tujuan dan sukses bersama, bersama kita bisa besar, dan bersama kita bisa sukses di puncak Kesuksesan kita. Tujuan kita adalah sukses Hakiki ini inilah strategi melia dalam membangun hubungan karyawannya, dengan melakukan pembelajaran bersama pembelajaran bareng dan saling *support system*.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka kesimpulannya ialah sebagai berikut:

1. Strategi *internal public relation* PT Melia Sehat Sejahtera dalam menjaga hubungan karyawannya ialah menggunakan strategi ESN (*Excellent Strategy of Network*) atau *support system* di mana terdapat sistem pembelajaran yang di berikan kepada member atau karyawan
2. Komunikasi *internal public relation* yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera

yaitu dengan pendidikan pembelajaran yang intens

3. Dalam penyampaian komunikasi juga terjadi hambatan, yang dimana hambatan yang terjadi ialah dari segi waktu dan usia
4. Bagaimana membangun hubungan dalam internal humas di PT Melia Sehat Sejahtera yaitu anggota atau karyawan memahami karakter sesama anggota atau karyawan sehingga akan terjalin komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan, anggota atau karyawan dan atasan memahami tugas dan tanggung jawab menjalankan bisnis di Melia, dan kemudian anggota atau karyawan memiliki tim yang kompak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1737>
- Dikriansyah, F. (2018). *Biomass Chem Eng*, 3(2), <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/>
- Fuentes, M. M. M. (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
- Rorong, Michael Jibrael. (2019). PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI (KAJIAN KEPUSTAKAAN DALAM PERSPEKTIF *DEDUCTIVE INTERPRETIVE*. *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 4 No. 1
- Islami, Anisa Nur. (2016). STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM PROGRAM CSR GEOPARK CILETUH: STUDI PT BIO FARMA. 1, 242–253.
- Muniruddin, M. (2019). Komunikasi Pengembangan Masyarakat Islam Analisis Teori Dialektika
- Nasution, I. A. (2019). Peranan *Public Relations* Dalam Meningkatkan *public relation* di Rumah Sakit. *Warta*, 13(3), 138–143. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/441/432>
- Puput Purnama Sari, L. B. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. *Jurnal Interaksi*, Vol. 2 No., 14.
- Relasional. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.37064/jpm.v7i1.5608>
- Satlita, L. (2014). Reposisi Peran dan Fungsi Strategis *Public Relations* Dalam Organisasi. *Jurnal Online: Staffnew. Uny. Ac. Id/.../Reposisi+ Peran+ Dan+ Fungsi+ Strategis++ Public+ Relatio Ns\_0. Pdf*.

- Diakses: Tgl, 17.
- Sawaliana. (2016). Strategi Media *Relations* Pt Excelcomindo Pratama, Tbk (XI) Membangun Hubungan Dengan Wartawan Dalam Rangka Mensukseskan Program Rp 1 /Detik. Jurnal Ilmiah Komunikasi, 7(XI)
- Silviani, I. (2020). *Public Relations* sebagai Solusi Komunikasi Krisis. Scopindo Media Pustaka.
- Soyusiawaty, D. (2017). Strategi Humas dalam Menjalinkan *Good Relationship* dengan External *Stakeholders* UAD. Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi, 8(5), 102–111.  
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i5.2846>
- Suganda, D. (2016). AL-IJTIMA`I- *International Journal of Government and Social Science 1 Journal of Government and Social Science*, 1, 1–11.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (kedua). alfabeta.
- Vili, & Nancy, M. (2013). Pengaruh Kegiatan Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pt. Soman Indonesia. The London School of Public Relations Jakarta Sudirman, 69–83.
- Wijaya, F., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2015). Strategi Komunikasi Internal PT X Dalam Membina Employee Engagement. E-Komunikasi, 3(1), 1–10