

Peranan Public Relations Dalam Kegiatan Human Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan

**Imam Maulana¹, Rizki Dwi Febriansyah², Jholly Putra Gunawan³, M. Ilham⁴,
Sultan Hadi Wijaya⁵, Jaka Maulana⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pamulang, Indonesia

Received : 26 Juni 2025, Revised : 27 Juni 2025, Published : 2 Juli 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Imam Maulana

E-mail: mimam7065@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan Public Relations (PR) dalam kegiatan human relations sebagai upaya meningkatkan motivasi kerja karyawan. PR berfungsi sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, membangun kebersamaan, serta menumbuhkan rasa saling pengertian di lingkungan kerja. Melalui berbagai kegiatan human relations seperti pelatihan, penghargaan, dan event perusahaan, PR dapat meningkatkan iklim kerja yang positif sehingga motivasi kerja karyawan meningkat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi pada perusahaan yang menjadi objek studi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan PR dalam membangun komunikasi internal yang harmonis dan kegiatan human relations yang terencana secara efektif berkontribusi signifikan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Kata kunci - public relations, human relations, motivasi kerja, komunikasi internal, karyawan

Abstract

This study aims to analyze the role of Public Relations (PR) in human relations activities as an effort to increase employee work motivation. PR functions as a liaison between management and employees to create effective communication, build togetherness, and foster a sense of mutual understanding in the work environment. Through various human relations activities such as training, awards, and company events, PR can improve a positive work climate so that employee work motivation increases. The research method used is descriptive qualitative with data collection through interviews and observations at the company that is the object of the study. The results of the study show that the role of PR in building harmonious internal communication and effectively planned human relations activities contribute significantly to increasing employee work motivation.

Keywords - public relations, human relations, work motivation, internal communication, employees

How To Cite : Maulana, I., Febriansyah, R. D., Gunawan, J. P., Ilham, M., Wijaya, S. H., & Maulana, J. (2025). Peranan Public Relations Dalam Kegiatan Human Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(2), 221–230. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i2.479>

Copyright ©2025 Imam Maulana, Rizki Dwi Febriansyah, Jholly Putra Gunawan, M. Ilham, Sultan Hadi Wijaya, Jaka Maulana

PENDAHULUAN

Motivasi kerja merupakan faktor krusial yang mempengaruhi produktivitas dan kinerja karyawan dalam suatu organisasi. Kondisi motivasi yang tinggi dapat mendorong karyawan untuk bekerja secara optimal dan berkontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Salah satu upaya strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan motivasi kerja adalah melalui peranan Public Relations (PR) dalam kegiatan human relations. PR tidak hanya berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dengan publik eksternal, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun komunikasi internal yang efektif dan harmonis antara manajemen dan karyawan. Salah satu pondasi utama dalam melaksanakan pekerjaan adalah komunikasi yang efektif dan efisien, karena hal tersebut dapat membuat antar sesama tim maupun sesama divisi perusahaan dapat berjalan dengan baik sehingga perusahaan pun akan berkembang dengan baik.

Dibalik komunikasi yang baik dalam perusahaan terdapat seorang pimpinan yang memiliki peran untuk manajemen hubungan komunikasi antar pimpinan perusahaan dan juga karyawan supaya dapat menjadi komunikasi dua arah atau timbal balik yang tidak akan menimbulkan kurangnya komunikasi. Selain itu, seorang pimpinan pun yang membina hubungan baik kepada karyawan supaya menimbulkan keselarasan dalam berkomunikasi dan juga membina harmonisasi dalam perusahaan. Untuk membina sebuah perusahaan, terdapat peran penting dari seorang public relations, karena seorang public relations bukan hanya sekedar menjaga dan menjalin hubungan yang luas kepada masyarakat, namun public relations memiliki peran menjaga dan membangun hubungan yang baik kepada seluruh internal perusahaan supaya perusahaan dapat menjalin kerjasama antar karyawan yang baik. (Putri et al., 2024)

Komunikasi yang bagus dapat meningkatkan partisipasi karyawan, mengurangi konflik, dan memperkuat kolaborasi tim, yang pada akhirnya berdampak baik pada produktivitas organisasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang merasa didengar dan dihargai cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi dan lebih berkomitmen terhadap pekerjaan mereka. Selain itu, komunikasi yang jelas dan terbuka juga dapat membantu mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah dengan cepat, sehingga menciptakan suasana kerja yang lebih baik. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi efektif dapat meningkatkan hubungan manusia di tempat kerja dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi secara langsung kinerja karyawan. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi cara di mana komunikasi yang baik berkontribusi pada terciptanya lingkungan kerja yang positif dan produktif. (Motik et al., 2024)

Peran sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Pemanfaatan sumber daya manusia yang efektif berguna untuk mencapai dan menjaga kelangsungan serta perkembangan perusahaan di masa depan. Human relations dapat berguna sebagai pembangun komunikasi yang lebih dalam antar karyawan yang tidak hanya mementingkan komunikasi, tetapi juga mementingkan aspek psikologis dan kepuasan kerja sehingga dapat terciptanya lingkungan kerja yang nyaman. Human relations terlihat sebagai suatu hal yang mudah untuk diterapkan, tetapi sebenarnya tidak semudah seperti yang dibayangkan. (Putri et al., 2024) Karena human relations harus dijalankan dengan baik, sehingga dapat membentuk semangat positif karyawan yang membuat karyawan terus memiliki motivasi tinggi dan juga prinsip dalam bekerja atau biasa kita kenal dengan etos kerja.

Saat ini human relation semakin mendapat perhatian para pimpinan dalam organisasi apapun, karena semakin dirasakan pentingnya memecahkan berbagai masalah menyangkut manusia dalam manajemen. Human relation dapat diartikan sebagai hubungan antar manusia atau lebih tepatnya hubungan manusiawi, namun tidak hanya dalam hal berkomunikasi saja tetapi didalam pelaksanaannya terkandung nilai-nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam untuk mengubah sifat, pendapat, atau perilaku seseorang. (Motik et al., 2024)

TINJAUAN PUSTAKA

- a) Public Relations (PR) memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi internal yang efektif di dalam organisasi. Menurut Hidayat et al, (2023), komunikasi dalam organisasi menjadi elemen kunci untuk menciptakan koordinasi, kolaborasi, dan iklim kerja yang positif. PR berfungsi sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan, memastikan informasi disampaikan dengan jelas dan transparan untuk mengurangi konflik dan meningkatkan kepercayaan. Komunikasi yang efektif ini mendorong keterlibatan karyawan, yang pada akhirnya meningkatkan motivasi kerja dan produktivitas.
- b) Human relations berfokus pada hubungan antar manusia dalam organisasi, yang tidak hanya mencakup komunikasi tetapi juga aspek psikologis dan kepuasan kerja. Lengkey et al, (2016) menyatakan bahwa human relations yang baik dapat meningkatkan motivasi kerja melalui evaluasi prestasi kerja, pemberian insentif, dan perhatian terhadap kebutuhan psikologis karyawan. Hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan menciptakan lingkungan
- c) Menurut Kasim et al. (2023), PR tidak hanya berperan dalam hubungan eksternal, tetapi juga memiliki fungsi penting dalam membina hubungan internal yang harmonis. PR dapat mengelola konflik dan krisis melalui komunikasi yang terencana dan strategis, yang pada akhirnya mendukung motivasi karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang stabil dan positif. Kegiatan seperti pelatihan, penghargaan, dan acara perusahaan yang diorganisir oleh PR dapat mempererat hubungan antar karyawan dan meningkatkan rasa kebersamaan.
- d) Motik et al. (2024) menjelaskan bahwa komunikasi efektif dalam human relations merupakan fondasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan empatik membantu mengurangi kesalahpahaman, mendorong inovasi, dan meningkatkan kepuasan kerja. Pendekatan ini memperkuat hubungan antar karyawan dan manajemen, yang pada akhirnya meningkatkan motivasi dan kinerja.
- e) Putri et al. (2024) menegaskan bahwa implementasi human relations yang baik dapat membangun etos kerja karyawan. Kegiatan seperti pelatihan, konseling, dan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh PR membantu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan mendukung, sehingga karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk bekerja lebih baik.
- f) Yusuf et al. (2025) menekankan bahwa PR tidak hanya bertujuan membangun citra organisasi di mata publik eksternal, tetapi juga meningkatkan kualitas komunikasi internal. Melalui strategi komunikasi dua arah, PR dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung, yang berkontribusi pada peningkatan motivasi kerja karyawan.

METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode Studi Literatur atau studi kepustakaan. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan referensi yang terdiri dari beberapa penelitian sebelumnya. Sumber yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari beberapa jurnal, artikel dan penelitian terdahulu yang telah dianalisis oleh penulis terkait masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Karakteristik Komunikasi Efektif Karyawan

Komunikasi merupakan suatu istilah yang berawal bahasa latin Communis yang artinya membentuk kesamaan antara dua orang atau lebih. Berikut definisi menurut Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menjelaskan suatu tindakan komunikasi adalah menjawab pertanyaan "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya" (Cangara, Hafied, 2016 : 15). Dalam (Simarmata & Abidin, n.d.) Komunikasi yang efektif antar karyawan sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Ciri-ciri utama komunikasi yang efektif mencakup kejelasan pesan, keterbukaan dalam berbagi informasi, dan konsistensi komunikasi untuk membangun kepercayaan. Empati juga merupakan elemen penting, karena memahami dan menghormati emosi dan sudut pandang orang lain membantu membangun hubungan yang kuat. Selain itu, penting untuk secara aktif mendengarkan dan memperhatikan apa yang dikatakan rekan kerja. Ketanggapan dalam memberikan tanggapan tepat waktu menunjukkan penghargaan terhadap waktu dan kontribusi orang lain. Komunikasi yang efektif juga membutuhkan rasa hormat terhadap pandangan dan pendapat rekan kerja, kemampuan beradaptasi untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens dan situasi yang berbeda, serta fokus pada solusi daripada masalah. Umpan balik yang spesifik, jujur, dan konstruktif juga penting untuk membantu karyawan menjadi lebih baik dan berkembang. (Purwanto, 2011), Perlu diketahui bahwa pendekatan yang digunakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain bisa saja berbeda dan bervariasi. Bagi perusahaan berskala kecil, penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada bawahan. Tetapi berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki karyawan yang mencapai ratusan atau bahkan ribuan karyawan, maka penyampaian informasi kepada bawahan merupakan suatu pekerjaan yang cukup rumit. Dalam (Muhammad, 2009) Berikut Semangat kerja karyawan merupakan salah satu penentu dari keberhasilan tujuan suatu perusahaan. Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia sebagaimana yang dikemukakan pada bagian terdahulu tidaklah dapat dipungkiri demikian pula halnya dalam suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik akan membantu kelancaran organisasi, demikian pula sebaliknya Komunikasi yang efektif adalah merupakan bagian yang penting bagi semua organisasi. (Hidayat et al., 2023)

Komunikasi sebagai Fondasi Efektivitas Organisasi

Komunikasi yang efektif tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai penggerak dinamika organisasi. Dalam konteks organisasi, komunikasi yang baik memengaruhi berbagai aspek, seperti:

1. .Koordinasi dan Kolaborasi Komunikasi memastikan semua anggota organisasi memahami tujuan, peran, dan tanggung jawab masing-masing. Tanpa komunikasi yang jelas, dapat terjadi tumpang tindih tugas atau miskordinasi yang menghambat produktivitas.
2. .Pengambilan Keputusan yang Cepat dan Tepat Informasi yang disampaikan secara akurat dan tepat waktu memungkinkan pimpinan dan tim membuat keputusan berdasarkan data yang relevan. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan kesalahan interpretasi dan keputusan yang keliru.
3. Membangun Iklim Organisasi yang Positif Komunikasi terbuka dan transparan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, mengurangi konflik, serta meningkatkan motivasi dan kepuasan karyawan. Misalnya, feedback yang konstruktif dapat mendorong pengembangan diri anggota organisasi.
4. Adaptasi terhadap Perubahan Dalam era yang dinamis, organisasi harus mampu beradaptasi dengan perubahan eksternal (seperti teknologi atau kebijakan baru). Komunikasi yang efektif memastikan seluruh pemangku kepentingan memahami perubahan tersebut dan siap menghadapinya.
5. Pencapaian Tujuan Organisasi Pada akhirnya, komunikasi yang baik memperlancar alur kerja, memperkuat hubungan internal-eksternal, dan mendorong tercapainya visi dan misi organisasi.

Setiap pimpinan harus memperhatikan semangat kerja karyawan dan menentukan kebijakan mengenai peningkatan kinerja karyawan tersebut. Beberapa kebijakan seperti memberi motivasi, melakukan pendekatan dan memberi bonus bagi karyawan yang memiliki prestasi dan kerja yang bagus (Indriani, 2022). Dengan memanfaatkan karakteristik tersebut dalam komunikasi sehari-hari, efisiensi kerja dapat ditingkatkan, hubungan baik antar karyawan dapat dibangun, dan lingkungan kerja yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan dapat tercipta. (Motik et al., 2024)

Peran Komunikasi Efektif Human Relation dalam meningkatkan kinerja karyawan

Berbagai studi menunjukkan peran penting komunikasi efektif dalam human relation terhadap karyawan untuk meningkatkan kinerja, yang hasil akhirnya adalah pembentukan lingkungan yang positif dan produktif. Hasil kajian berbagai sumber mengidentifikasi peran tersebut antara lain :

1. Meningkatkan kinerja karyawan
2. Menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif
3. Meningkatkan produktivitas karyawan.

Komunikasi yang efektif dalam human relation merupakan landasan yang sangat penting bagi lingkungan kerja yang produktif dan harmonis. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan empati di tempat kerja tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi yang efektif tetapi juga memperkuat hubungan antar individu dalam suatu organisasi. Komunikasi yang jelas memastikan semua orang yang terlibat memahami instruksi, tujuan, dan harapan, mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan efisiensi kerja. Komunikasi terbuka memungkinkan karyawan untuk berbagi ide, saran, dan kekhawatiran tanpa rasa takut, sehingga mendorong inovasi dan perbaikan proses kerja secara berkelanjutan. Selain itu, komunikasi empatik, kemampuan memahami dan merasakan perasaan rekan kerja, membantu membangun kepercayaan dan saling menghormati di antara karyawan. Pendekatan kepedulian ini menciptakan lingkungan kerja yang mendukung di mana setiap orang merasa dihargai dan termotivasi untuk melakukan pekerjaan terbaiknya. (Motik et al., 2024) Komunikasi yang baik dan harmonis memungkinkan organisasi mencapai tujuan bersama dengan lebih efisien dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih nyaman dan produktif bagi semua pihak yang terlibat.

Karyawan adalah aset terbesar perusahaan. Hal ini dikarenakan kegiatan perusahaan tidak dapat terlaksana tanpa peran serta karyawan. Karyawan adalah pekerja terampil dan tidak mudah tergantikan. Sebab, penggantian tenaga ahli sangat merugikan dari segi ekonomi, waktu, dan tenaga. Pegawai adalah orang-orang yang bekerja pada suatu organisasi atau perusahaan dan menerima imbalan berupa gaji atau upah atas jasa atau pekerjaan yang diberikannya. Peranan pegawai dalam suatu organisasi sangatlah penting karena mereka merupakan pelaku utama dari berbagai kegiatan dan tugas yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan misi organisasi.

Di bawah ini adalah beberapa aspek utama yang menggambarkan seorang karyawan:

1. Tugas dan Tanggung Jawab : Pegawai mempunyai berbagai tugas dan tanggung jawab yang ditentukan oleh jabatan atau jabatannya. Tugas-tugas ini dapat berkisar dari tugas administratif hingga teknis, bergantung pada peran spesifik Anda dalam organisasi Anda.
2. Keterampilan dan Kemampuan Setiap pegawai mempunyai keterampilan dan kemampuan khusus yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaannya. Ini termasuk keterampilan teknis, keterampilan interpersonal, dan kemampuan bekerja dalam tim.
3. Hubungan Kerja: Karyawan seringkali bekerja dalam tim atau departemen yang memerlukan kolaborasi dan komunikasi yang efektif. Hubungan kerja yang baik dengan rekan kerja, atasan, dan bawahan sangat penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.
4. Pengembangan Karir: Banyak organisasi menawarkan program pengembangan karir bagi karyawannya, termasuk pelatihan, bimbingan, dan peluang kemajuan. Hal ini memungkinkan karyawan untuk terus meningkatkan keterampilan mereka dan memajukan karir mereka.
5. Kompensasi dan Tunjangan Sosial Pegawai menerima imbalan atas pekerjaannya dalam bentuk gaji atau upah. Selain itu, banyak organisasi juga menawarkan berbagai tunjangan, seperti asuransi kesehatan, cuti berbayar, dan program pensiun.
6. Kepuasan dan Motivasi Kerja : Kepuasan kerja dan motivasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi produktivitas dan kinerja karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan termotivasi cenderung lebih produktif dan memberikan kontribusi lebih kepada perusahaan.
7. Kepatuhan terhadap Kebijakan dan Prosedur: Karyawan diharapkan mengikuti kebijakan dan prosedur yang ditetapkan organisasi, termasuk kode etik, peraturan keselamatan, dan kebijakan

perusahaan lainnya.

Dalam praktik modern, PR tidak bisa dipandang hanya sebagai upaya organisasi. Merupakan tanggung jawab setiap individu untuk memanfaatkan hubungan masyarakat dan strategi hubungan masyarakat untuk membangun komunikasi interpersonal yang efektif. Berbeda Pemahaman tentang manajemen organisasi ini harus didukung dengan advokasi pembentukan departemen hubungan masyarakat yang kredibel untuk mengatasi masalah komunikasi organisasi. Humas memegang peranan penting dalam sebuah organisasi. Tujuan utama Public Relations (PR) adalah untuk menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi organisasi atau perusahaan, serta membangun citra positif di mata publik yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Untuk mencapai tujuan ini, PR melakukan evaluasi terhadap sikap dan opini publik, merumuskan dan mengimplementasikan prosedur komunikasi yang efektif, serta mengoordinasikan berbagai program komunikasi agar berjalan sinergis. Selain itu, PR juga berfokus pada pengembangan hubungan dan goodwill melalui komunikasi dua arah, serta meningkatkan interaksi yang konstruktif antara organisasi dan publik. Dengan demikian, PR berperan penting dalam membangun dan menjaga citra serta reputasi organisasi. (Yusuf et al., 2025)

Public Relations dalam Mengelola Konflik dan Krisis

PR berperan sebagai mediator dalam menyelesaikan masalah internal maupun eksternal. Public Relations adalah suatu bentuk upaya yang sengaja dilakukan secara bersungguh-sungguh, tersusun dan terencana terhadap tugas, fungsi, dan peran Public Relations dalam menimbulkan serta mengembangkan tujuan yang hendak dicapai, guna mendapatkan hasil yang sempurna atau tertinggi. Dengan beberapa pemaparan dan pengertian di atas diharapkan keberadaan Public Relations dalam suatu perusahaan dapat membantu perusahaan tersebut dalam mewujudkan tujuannya. Untuk publik eksternal perusahaan, Public Relations harus menghadapi publiknya yang terdiri dari bermacam-macam golongan, lembaga atau individu sekalipun yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda. Maka kewajiban Public Relations untuk mengatur semua hubungan tersebut. Fungsi PR dalam membina hubungan eksternal publik meliputi orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar perusahaan. Fungsi PR melaksanakan hubungan dengan khalayak eksternal adalah mempererat hubungan yang harmonis. (Kasim et al., 2023) Dalam mengatasi krisis perusahaan, peran public relations sangat penting karena membentuk hubungan dengan publik internal dan eksternal. Selain itu, hubungan masyarakat harus cermat dalam memprediksi segala kemungkinan yang mungkin terjadi di perusahaan. Krisis tidak selalu berdampak negatif; ada beberapa yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Krisis dapat menjauhkan satu perusahaan dari perhatian publik. Krisis juga dapat memaksa PR untuk berkomunikasi dengan media, pemegang saham, karyawan, dan lainnya dengan cepat, akurat, dan cekatan. Pada saat yang sama, PR harus memiliki keahlian khusus yang dapat secara bertahap menyelamatkan bisnis dari manajemen krisis. Menurut cutlip and centre –broom (2009) dalam (MIRYANTI, 2018) praktisi public relations dalam melaksanakan program harus terdiri atas empat strategi atau langkah kegiatan atau sering juga disebut dengan empat langkah pemecahan masalah public relations. Keempat langkah ini merupakan proses yang harus dijalankan untuk menyelesaikan persoalan yang dihadapi public relation. Keempat langkah itu adalah (cutlip and centre-broom dalam morissan, 2010:108)

1. **Research** Research adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Tahapan ini dilakukan untuk menganalisis situasi. Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan opini publik di lapangan, sikap dan reaksi publik dengan kebijakan perusahaan kemudian melakukan pengevaluasian terhadap fakta dan data yang diperoleh sebagai acuan pedoman untuk menentukan keputusan yang akan diambil perusahaan. Public relations perlu mengetahui apa yang diperlukan oleh publik sebelum melakukan tindakan untuk memajukan perusahaannya. Public relations bisa melakukan analisis langsung ke lapangan dengan

mengadakan kunjungan langsung atau melalui analisa media untuk mengetahui apa sebenarnya yang terjadi disana dan apa yang publik harapkan dari keberadaan perusahaan.

2. Planning (Perencanaan) Berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah dalam perusahaan. Setelah melakukan fact finding ke lapangan barulah public relations bisa melakukan rencana apa yang ingin dilaksanakan guna memenuhi kebutuhan publik. Dalam tahap ini, public relations haruslah dituntut mempunyai ide yang kreatif agar publik tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan yang mereka wakili.
3. Communicating and action (Komunikasi dan pelaksanaan) Communicating adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta dan data yang kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operational. Strategi communicating bertujuan agar pesan dari perusahaan dapat dipahami dengan benar, penerima pesan dapat dibina dengan baik
4. Evaluations (Penilaian) Evaluation adalah mengadakan penilaian tentang suatu kegiatan apakah tujuan sudah tercapai apa belum. Ini adalah tahap terakhir dari proses public relations. Evaluasi dilakukan secara terus menerus. Hasil dari evaluasi menjadi dasar untuk kegiatan public relations

Membangun kualitas komunikasi yang efektif dalam organisasi

Kemampuan komunikasi merupakan faktor penentu kesuksesan setiap individu maupun organisasi untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang sangat kompetitif saat ini. Kemampuan komunikasi seseorang dalam organisasi diperlukan dalam setiap kondisi misalnya pada saat mempersiapkan sebuah presentasi bisnis, menyampaikan ide-ide atau gagasan dalam suatu rapat, negosiasi bisnis, melatih tim, membangun sebuah tim kerja, dan dalam setiap aktivitas organisasi. Melihat pentingnya komunikasi dalam organisasi, efektivitas komunikasi akan sangat menentukan kesuksesan organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. (Yusuf et al., 2025)

Dalam kaitannya dengan teori human relations dan motivasi adalah bagaimana human relations yang diaplikasikan dalam lingkungan organisasi dapat menciptakan hubungan sosial yang baik bagi antara pimpinan dan bawahan dan sebaliknya. Dengan demikian proses komunikasi baik vertikal maupun horizontal dapat berjalan dengan lancar maka proses pembagian dan penyampaian tugas pun berjalan lancar. Selanjutnya hasil dari human relations yang diterapkan menggerakkan keinginan para pegawai untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan baik tujuannya secara pribadi akan kebutuhannya dan juga tujuan dari organisasi. Human relations harus memiliki evaluasi prestasi kerja bagi seluruh orang-orang yang ada di dalam organisasi, sehingga organisasi tersebut dapat mengetahui sejauh mana tingkat pencapaian prestasinya. Hal ini dapat dijadikan tolak ukur untuk pemberian kompensasi, pengembangan potensi diri serta perbaikan lingkungan kerja dalam melakukan inovasi yang akhirnya akan meningkatkan motivasi dan juga meningkatkan prestasi kerjanya. (Lengkey et al., 2016)

Peran human relation sangat menentukan aktifitas organisasi dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, human relations harus memiliki evaluasi prestasi kerja bagi seluruh orang-orang yang ada di dalam organisasi, sehingga organisasi tersebut dapat mengetahui sejauh mana tingkat pencapaian prestasinya dan hal ini dapat dijadikan tolak ukur untuk pemberian kompensasi, pengembangan potensi diri serta perbaikan lingkungan kerja dalam melakukan inovasi yang akhirnya akan meningkatkan motivasi dan juga meningkatkan prestasi kerjanya, maka organisasi harus memberikan insentif atau membuat kebijakan tertentu dalam rangka memotivasi pegawainya, agar dapat memberikan kontribusi balikan kepada organisasi, yaitu berupa prestasi kerja yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin mengurai lebih jauh bagaimana pentingnya human relations dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai? Human relations yang dimaksud adalah komunikasi persuasif yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan semua bidang kehidupan sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak yang

dilakukan dimana saja. (Adolph, 2016) Motivasi kerja itu sendiri merupakan daya gerak, gairah atau semangat kerja yang diperlihatkan karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaannya, yang diperoleh melalui imbalan-imbalan (economic, social, dan psychological rewards) atau melalui persesuaian pimpinan/atasan suatu lembaga. Tujuan dan kegunaan tulisan ini untuk memberikan gambaran pentingnya human relations dalam memotivasi pegawai untuk bekerja lebih optimal dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi pimpinan dan seluruh pegawainya dalam rangka mengembangkan human relations. Tulisan ini dielaborasi dalam outline sebagai berikut: Pendahuluan, pembahasan yang berisi tentang konsep dasar human relations, motivasi dalam human relations dan penutup berupa kesimpulan dan implikasi.

Saat ini human relations semakin mendapat perhatian para pimpinan dalam organisasi apapun, karena semakin dirasakan pentingnya memecahkan berbagai masalah menyangkut manusia dalam manajemen. Benturan-benturan psikologis, salah interpretasi, dan konflik-konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi sering terjadi, bukan saja antara pimpinan dengan karyawan tetapi juga antara karyawan dengan karyawan yang tentunya bisa mengganggu jalannya roda organisasi dalam mencapai tujuan. Selain itu salah komunikasi (mis-communication) dan salah interpretasi (mis-interpretations) juga dapat dinetralisir dengan human relations yang positif. (Adolph, 2016)

Human relations dapat diartikan sebagai hubungan antar manusia atau lebih tepatnya hubungan manusiawi, namun tidak hanya dalam hal berkomunikasi saja tetapi didalam pelaksanaannya terkandung nilai-nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam untuk mengubah sifat, pendapat, atau perilaku seseorang. Pada istilah hubungan antar manusia tidak terdapat titik berat yang meyakinkan, sedangkan titik berat pada human relations adalah humannya (manusianya). (Adolph, 2016) Jadi di sini faktor manusianya berupa sifat, watak, tingkah laku, pribadinya dan bukan hanya wujudnya saja. Human relations adalah masalah rohaniah, yaitu proses rohaniah yang menyangkut sifat-sifat rohaniah, perangai, kepribadian, sikap dan tingkah laku menuju suatu kebahagiaan atau kepuasan hati.

Di negara-negara demokratis orang bebas untuk memilih sesuatu organisasi atau badan yang sesuai dengan kepentingan atau kebutuhannya. Demikian pula badan atau organisasi itu bebas untuk menerima atau menolak orang-orang yang datang padanya sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan organisasi/badan itu dalam usahanya untuk mencapai sesuatu objektif. Dengan demikian jelaslah bahwa antara orang-orang dengan sesuatu badan atau organisasi, penerimaan dan pendapatnya berdasarkan kebutuhan timbal balik. (Adolph, 2016) Yang menerima atau yang memberi tempat/wadah (pimpinan) dan yang diterima atau mencapai tempat/wadah (yang dipimpin) dapat mencapai tujuannya dengan cara kerjasama. Juga diantara orang-orang yang dipimpin (pegawai) harus ada kerjasama demi tercapainya tujuan masing-masing.

Yang dimaksud dengan tujuan masing-masing dalam hal ini, karena tiap orang mempunyai tujuan dan kebutuhan yang berbeda-beda, tapi mereka sama-sama mempunyai kepentingan yang dapat tercapai didalam wadah/badan itu. Jadi tujuan mereka itu tidak "identical", tapi "mutual". Dengan demikian mereka merasa terdorong untuk menghadapi dan memecahkan sesuatu problem bersama-sama. Di bidang perusahaan dan di instansi pemerintah pemimpin dan yang dipimpin merupakan suatu kesatuan didalam melaksanakan kepentingan bersama, menghasilkan barang-barang dan memberikan service kepada publik. Mereka satu sama lainnya saling bergantung.

Pemimpin tak akan mencapai tujuannya tanpa bantuan para pegawainya. Demikian pula dengan pegawai tidak akan dapat melakukan kegiatan-kegiatan teratur, bahkan mereka akan merupakan kelompok yang tidak terorganisir, tanpa leadership yang baik. Tujuan atau sukses hanya dapat tercapai, bila pemimpin dan para pegawainya dapat bersatu dalam memperjuangkan kepentingan bersama. (Adolph, 2016)

Dampak Human Relations PR terhadap Motivasi Kerja

Hubungan antar manusia (human relation) adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain baik dalam situasi tentang kerja atau dalam organisasi kekerjaan. Siagian (2007) Hubungan manusiawi dapat dilakukan untuk menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi, meniadakan salah pengertian dan mengembangkan segi konstruktif sifat tabiat manusia (Onong, 2017). Selain itu menurut Kossen (2006:6), hubungan antar manusia merupakan telaah perilaku – perilaku manusia dan antara hubungannya dalam organisasi dengan tujuan menggabungkan kebutuhankebutuhan dan sasaran-sasaran organisasi secara menyeluruh. Dalam (Kabupaten & Utara, 2021) Hubungan masyarakat (PR) yang baik dapat meningkatkan keinginan karyawan untuk bekerja. PR dapat meningkatkan kepuasan kerja dan semangat kerja karyawan dengan membangun komunikasi yang baik, menciptakan lingkungan kerja yang positif, dan memberikan pengakuan dan penghargaan. Pada akhirnya, ini akan berdampak pada peningkatan kinerja dan produktivitas. Dengan mendorong budaya kerja yang menghargai, bekerja sama, dan inklusif, PR dapat membantu menciptakan suasana kerja yang positif dan harmonis antar karyawan maupun atasan. Kegiatan PR yang berfokus pada kebersamaan, seperti acara perusahaan, kegiatan sosial antar karyawan, atau program pengembangan tim, dapat mempererat hubungan antar karyawan dan menumbuhkan rasa kekeluargaan. Jika ada lingkungan kerja yang positif, karyawan akan merasa lebih bahagia dengan pekerjaan mereka, kurang stres, dan lebih bersemangat untuk bekerja. hubungan manusia yang dibangun melalui PR adalah aset yang berharga bagi organisasi bahkan lebih dari itu. Organisasi yang sukses dalam menerapkan PR dapat meningkatkan motivasi kerja, kepuasan kerja, dan produktivitas karyawan yang berdampak bagi organisasi yang menaungi nya dengan membangun hubungan yang baik dengan karyawannya. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan kesuksesan bagi organisasi.

KESIMPULAN

Public Relations (PR) memiliki peranan penting dalam kegiatan human relations yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui komunikasi internal yang efektif dan hubungan interpersonal yang baik. PR berfungsi sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif, membangun rasa kebersamaan, dan meningkatkan loyalitas serta tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaan. Kegiatan PR seperti family gathering, konseling, dan komunikasi persuasif membantu menciptakan rasa nyaman, aman, dan puas secara psikologis bagi karyawan, yang pada akhirnya meningkatkan motivasi kerja dan produktivitas. Human relations yang baik dalam organisasi juga berkontribusi pada peningkatan prestasi kerja melalui evaluasi, pemberian insentif, dan perhatian terhadap kebutuhan psikologis karyawan, bukan hanya kebutuhan fisik. Dengan demikian, peran PR dalam human relations sangat strategis dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui peningkatan motivasi kerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, M., Pratiwi, W., & Sitanggang, T. (2023). Komunikasi dalam Organisasi. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 113–116. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v4i3.1342>
- Hidayat, M., Pratiwi, W., & Sitanggang, T. (2023). Komunikasi dalam Organisasi. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4 (3), 113–116.
- Kabupaten, M., & Utara, A. (2021). Pengaruh Human Relation Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Bina. 10(September), 65–70.
- Kasim, H. S., Nasir, L. O. M., Menungsa, A. S., Ulama, U. N., Tenggara, S., Kendari, K., Sembilan, U., November, B., Relation, P., & Massa, M. (2023). Analisis Peran Public Relation Dalam Mengatasi Krisis. 1(2), 138–153.

- Lengkey, L., Himpong, M. D., & Mewengkang, N. N. (2015). Peranan human relations terhadap motivasi kerja pegawai di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Sulawesi Utara. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(3).
- Lengkey, L., Himpong, M. D., & Mewengkang, N. N. (2016). Peranan Human Relations Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Actadiurna*, V(5), 1–10.
- Miryanti, I. (2018). *Strategi Publik Relations Dalam Mengelola Opini Publik Dan Citra Guna Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Pt.Makassar Tene*.
- Motik, E. K., Yanti, R., Nazwa, N., Widiyanti, I., & Laksana, A. (2024). Pengaruh komunikasi efektif dalam human relation terhadap kinerja karyawan serta pembentukan lingkungan kerja yang positif dan produktif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 68–79.
- Motik, E. K., Yanti, R., Nazwa, N., Widiyanti, I., & Laksana, A. (2024). Pengaruh komunikasi efektif dalam human relation terhadap kinerja karyawan serta pembentukan lingkungan kerja yang positif dan produktif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 68–79.
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*.
- Putri, C. M., & Sumarni, L. (2024). Implementasi Human Relations Dalam Membangun Etos Kerja Karyawan PT Federal International Finance. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 143–152.
- Putri, C. M., Sumarni, L., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., & Politik, I. (2024). *Implementasi Human Relations Dalam Membangun Etos Kerja Karyawan PT Federal International Finance*. 5.
- Simarmata, M., & Abidin, S. (2021). Pola Komunikasi yang Efektif dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT Asuransi Sinarmas Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2).
- Syahrudin, H. S. K., La Ode, M. N., & Abdul Sarlan Menungsa, M. (2023). Analisis Peran Public Relation Dalam Mengatasi Krisis Perusahaan Di PT. Kalla Toyota Kendari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(2), 138–152.
- Yusuf, M., Agustina, L. F., Mayla, N., Azzahra, N., & Laksana, A. (2025). Pentingnya Human Relations Dalam Membangun Kualitas Komunikasi di Organisasi Kampus. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 75–84.
- Yusuf, M., Agustina, L. F., Mayla, N., Azzahra, N., & Laksana, A. (2025). Pentingnya Human Relations Dalam Membangun Kualitas Komunikasi di Organisasi Kampus. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 75–84.