

Penerapan *Employee Relations* Dalam Membangun Motivasi Kerja Karyawan PT Followme Indonesia

Mulyati¹, Shinta Kristanty², Gesya Nurzanah³

E-Mail: mulyati@budiluhur.ac.id, shinta.kristanty@budiluhur.ac.id, gesya.nurzanah@gmail.com
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur
 Jakarta, Indonesia

Submitted: 02 Februari 2024 **Revised:** 18 April 2024 **Accepted:** 24 April 2024

Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023

Abstrak

Employee relations adalah salah satu kegiatan yang dapat diupayakan oleh *Public Relations* di perusahaan, untuk dapat membangun motivasi kerja karyawan. Begitupun di PT Followme Indonesia, penerapan *employee relations* bertujuan agar karyawan termotivasi dalam bekerja, sehingga dapat memajukan perusahaan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT. Followme Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep *Public Relations*, *employee relations* dan motivasi kerja karyawan. Serta menggunakan metode penelitian deskriptif – kualitatif. Hasil penelitian yaitu penerapan *employee relations* berupa kegiatan pelatihan bagi karyawan, program motivasi kerja berprestasi, dan *family gathering*. Melalui kegiatan *employee relations* ini pada akhirnya karyawan dapat termotivasi dalam bekerja karena tercipta komunikasi dua arah yang baik antara pimpinan dengan karyawan.

Kata kunci: *Employee Relations*, Motivasi, Karyawan

Abstract

Employee relations is one of the activities that can be pursued by *Public Relations* in the company, to be able to build employee motivation. Likewise at PT Followme Indonesia, the application of *employee relations* aims to motivate employees to work, so as to advance the company. The focus of this research is how the application of *employee relations* in building employee motivation at PT Followme Indonesia. This study aims to determine the application of *employee relations* in building employee motivation at PT Followme Indonesia. This research uses the concepts of public relations, *employee relations* and employee motivation. And using descriptive - qualitative research methods. The results of the study are the application of *employee relations* in the form of training activities for employees, work achievement motivation programs, and family gatherings. Through this *employee relations* activity, employees can finally be motivated at work because it creates good two-way communication between leaders and employees.

Keywords: *Employee Relations*, Motivation, Employees

PENDAHULUAN

PT Followme Indonesia adalah industri kosmetik kreatif yang sudah berpengalaman di bidang wangi-wangian selama 20 tahun. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam

kosmetik dan parfum yang tidak ber-bahan kimia berbahaya dan tidak menggunakan alkohol sehingga kosmetiknya halal dan aman untuk digunakan para konsumen. PT Followme Indonesia mengusung konsep

rempah (*spice*) dalam produksi kosmetik dan parfum. Sebagai perusahaan yang terus berkembang tentunya dibutuhkan karyawan yang termotivasi dalam bekerja. Namun, bukan tanpa hambatan di PT. Followme

Indonesia juga sempat mengalami penurunan jumlah karyawan.

Tabel 1. Jumlah Karyawan di PT Followme Indonesia

Tahun	2020	2021	2022
Jumlah karyawan akhir tahun	39	42	41
Jumlah karyawan masuk	2	4	6
Jumlah karyawan keluar (resign)	5	3	2
Jumlah karyawan akhir tahun	42	41	37

Sumber: Data Human Resources Departement PT. Followme Indonesia

Data tersebut berasal dari divisi *Human Resource Departement* dan dibantu oleh divisi *Corporate Communication* yang berperan sebagai humas internal (*internal Public Relations*) dan bertugas menjadi jembatan komunikasi antara manajemen PT Followme Indonesia dengan karyawan. Berdasarkan data tersebut, tim *Human Resources Departement* merasa perlu untuk membangun motivasi kerja karyawan, melalui kegiatan *employee relations* seperti pelatihan, penghargaan untuk karyawan, *employee gathering* dan *family gathering*. Penerapan *employee relations* di PT Followme Indonesia diharapkan dapat membangun semangat kerja karyawan. Maka dari itu penelitian ini terfokus pada bagaimana penerapan *employee relations* di PT. Followme Indonesia dalam membangun motivasi kerja karyawan.

Membangun motivasi kerja karyawan, merupakan salah satu tugas *Public Relations*, yakni sebagai penghubung komunikasi antara karyawan dengan pihak manajemen perusahaan. Komunikasi antara karyawan dengan pihak manajemen perusahaan sangat perlu, agar karyawan dapat menyampaikan harapan – harapannya, menyampaikan saran, kritik, serta keluhan, sehingga karyawan akan merasa nyaman bekerja di perusahaan.

Public Relations bertugas membangun, membina serta mempertahankan hubungan harmonis dengan publik eksternal (misalnya pers, pemerintah, pelanggan, dan masyarakat umum) maupun publik internal (misalnya karyawan, pemegang saham) karena keberadaan publik tersebut dapat berpengaruh bagi tumbuh kembang perusahaan. (Irene, 2020). *Public Relations* memiliki peran yang penting dalam menjalankan proses komunikasi kepada publik eksternal maupun publik internal misalnya menyampaikan informasi tentang perusahaan seperti program kerja, penghargaan atau target yang dicapai perusahaan serta kebijakan perusahaan. (Bakiyah et al., 2022)

Untuk membangun motivasi kerja karyawan, *Public Relations* dapat menerapkan kegiatan *employee relations* agar tercipta komunikasi yang bersifat dua arah antara manajemen perusahaan dengan karyawan. Kegiatan *employee relations* sebagai suatu proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan suatu individu dalam usaha untuk mencapai tujuan. (Irawan, 2015). Komunikasi dua arah merupakan factor penting dalam kegiatan *Public Relations* karena bermanfaat untuk menciptakan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan publiknya. (Ayunigtyas, 2019) Selain itu dapat

dipahami bahwa *Public Relations* mengupayakan komunikasi dua arah agar dapat tercipta saling pengertian dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik eksternal dan publik internal. (Normawati, Maryam, S., & Priliantini, 2018)

Tujuan pelaksanaan kegiatan *employee relations* ini antara lain:

1. Untuk sarana komunikasi internal yang bersifat dua arah dalam sebuah organisasi atau perusahaan.
2. Bertujuan menghindari kesalahpahaman atau rintangan komunikasi diantara manajemen perusahaan dengan karyawan.
3. Untuk saluran komunikasi sebagai upaya sosialisasi kebijakan, peraturan yang berkaitan dengan ketatakerjaan pada sebuah organisasi atau perusahaan.
4. Untuk media komunikasi internal agar karyawan dapat menyampaikan keinginan ataupun saran serta informasi, laporan pada pihak manajemen perusahaan. (Ruslan, 2017)

Perusahaan dapat melakukan kegiatan *employee relations* dalam berbagai macam bentuk atau kegiatan, seperti:

1. Program pendidikan dan pelatihan
Program pendidikan dan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan karyawan sehingga dapat memahami tugas atau pekerjaannya.
2. Program motivasi kerja berprestasi
Program ini dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), melalui program tersebut diharapkan karyawan dapat termotivasi dalam bekerja, sehingga dapat mencapai prestasi kerja dan lebih produktif..
3. Program penghargaan

Program penghargaan umumnya diberikan dari pimpinan kepada karyawannya, baik karyawan yang berprestasi maupun berdasarkan masa kerja. Diharapkan melalui pemberian penghargaan, karyawan akan meningkat loyalitas kerjanya.

4. Program acara khusus (*Special Event*)

Merupakan suatu program khusus di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya *event* ulang tahun perusahaan, kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, hingga pergi piknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan seluruh karyawan, sehingga terbangun rasa kebersamaan dan kekeluargaan.

5. Program media komunikasi internal

Bentuk media komunikasi internal misalnya buletin, *news release*, bulettin dan majalah perusahaan, isi pesannya tentang informasi perusahaan serta berita yang berkaitan dengan kegiatan atau perkembangan perusahaan. (Ayunigtyas, 2019)

Sudah menjadi tugas perusahaan untuk selalu meningkatkan motivasi para karyawannya agar mereka dapat bekerja secara baik tanpa tekanan. Jika motivasi di dalam sebuah perusahaan kurang atau bahkan tidak ada, maka produktivitas dan dukungan dari karyawan sudah pasti berkurang hingga menghilang sama sekali. Di sinilah peran *employee relations* untuk mendukung dan membantu menyampaikan komunikasi dan apresiasi terhadap karyawan. Kata motivasi sejatinya berasal dari bahasa Latin, yaitu *movere* yang bermakna dorongan atau menggerakkan. Dalam manajemen, motivasi pada umumnya ditujukan kepada sumber daya manusia dan secara khusus ditujukan kepada

bawahan. Motivasi menitikberatkan kepada bagaimana mengoptimalkan daya dan potensi dari bawahan agar dapat bekerjasama secara produktif sehingga bisa berhasil dalam mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan (Hasibuan, 2016). Dukungan dari karyawan sangat diperlukan agar perusahaan dapat mencapai tujuannya. Suatu perusahaan tidak mungkin tanpa karyawan, karena merekalah yang menggerakkan atau menghidupkan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk membuat gambaran dengan sistematis, nyata dan tepat. Metode penelitian deskriptif berupaya menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau sesuai dengan kebenaran yang sedang terjadi serta tidak menjelaskan hubungan antar variabel. (Sari & Fauzi, 2022). Metode penelitian deskriptif yaitu peneliti hanya menggambarkan realita dilapangan, tanpa menghubungkan atau membandingkan satu atau dua *variable*. (Gora, 2019)

Sementara itu untuk pendekatan kualitatif memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) sumber data adalah situasi sebagaimana adanya (*natural setting*), (2) peneliti sebagai *key instrument*, (3) sangat deskriptif, (4) mementingkan proses, (5) memberi makna pada situasi, (6) mengutamakan data langsung atau *first hand*, (7) trigulasi, (8) menonjolkan rincian kontekstual, (9) subjek yang diteliti dipandang berkedudukan sama dengan peneliti, (10) fokus pada perspektif emic, artinya mengutamakan pandangan responden, (11) verifikasi, (12) *sampling* bersifat *purposive*, (13) menggunakan "*audit trial*", (14) partisipasi tanpa mengganggu, dan (15) mengadakan analisis sejak awal (Rukajat, 2018).

Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, agar data yang lengkap dapat diperoleh peneliti. Jenis – jenis wawancara antara lain: wawancara terstruktur, semi-terstruktur, maupun tidak terstruktur. (Hartono, 2018). Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu dengan menggunakan catatan pertanyaan sebagai pedoman wawancara. Untuk kegiatan wawancara *key informan* dalam penelitian ini adalah Direktur *Human Resource Departement* PT Followme Indonesia. Sedangkan informan nya adalah *Corporate Communication*. Observasi adalah data diperoleh berdasarkan pengamatan berdasarkan fakta. (Ramadhan, 2021), berdasarkan hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke perusahaan. Dan untuk data dokumentasi, bersumber dari PT Followme Indoensia, serta referensi yang terkait fokus penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penerapan *employee relations* dalam membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia dilaksanakan oleh tim dari divisi *Human Resources Department* dan dibantu oleh tim dari divisi *Corporate Communication*, divisi tersebut menjalankan peran sebagai *Public Relations*. *Employee relations* digambarkan sebagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun komunikasi dengan karyawan, agar lebih semangat dalam bekerja.

“Employee relations itu sendiri adalah hubungan antar karyawan dan unsur terpenting dari terciptanya hubungan antar karyawan adalah komunikasi. Keberadaannya sangat penting, karena keadaan dan keberlangsungan suatu perusahaan dapat dilihat dari karyawannya.” (Key Informan)

Untuk membangun motivasi kerja karyawan, diadakan kegiatan pelatihan (*training*), kegiatan ini dilaksanakan di semua divisi PT Followme Indonesia, agar karyawan dapat meningkatkan keterampilannya sehingga dapat memahami tugas – tugas nya dan dapat bekerja dengan maksimal.

“Pelatihan ini dilakukan sebagai sarana belajar bagi setiap karyawan. Karena jika kita bekerja di suatu perusahaan kita harus mengerti dan menguasai produk apa yang dijual perusahaan, jangan sampai kita tidak dapat memberikan informasi yang detil kepada customer.” (Key Informan)

“Pada pelatihan tersebut akan ada narasumber yaitu parfum expert. Misalnya, narasumbernya didatangkan dari Perancis yang khusus menguasai tentang aroma parfum. Pelatihan tersebut kami menggunakan teknologi VR untuk memvisualisasikan aroma-aroma yang tersedia, jadi selain mencium aroma, kita juga dapat memvisualisasikan aroma tersebut.” (Informan 1)



Gambar 1. Program Pelatihan All Factory Training

Sumber: dokumentasi PT Followme Indonesia

Selanjutnya penerapan *employee relations* untuk membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia, yaitu berupa kegiatan *weekly report* dan *coffee morning*. Program tersebut merupakan kegiatan diskusi bersama karyawan dengan manajemen. Sesuai namanya program ini

dilakukan setiap minggu, yaitu untuk melaporkan dan mengevaluasi hasil dan target yang dicapai pada setiap divisi. Menariknya, melalui kegiatan ini, karyawan dapat berkomunikasi langsung dengan pimpinan dari divisi masing – masing untuk mengutarakan keluhan kesah mereka dalam menghadapi pekerjaan, serta karyawan dapat memberikan saran, dan menyampaikan ide – ide mereka dengan leluasa. Hal ini dapat memuat karyawan menjadi termotivasi.

“Setiap minggu kita mengadakan diskusi, biasanya kita sebutnya itu weekly report yang berbarengan dengan coffee morning. Kegiatan ini merupakan kegiatan diskusi bersama antara karyawan dengan pihak manajemen, misalnya antara karyawan dengan pimpinan di divisi mereka. Tujuannya untuk memotivasi karyawan sebelum memulai kerja, kegiatan diskusi ini mengenai laporan dan evaluasi mengenai kinerja dari karyawan tersebut, selain itu di kegiatan ini karyawan dapat memberikan ide dan masukan mereka.” (Key Informan)

“Pada kegiatan weekly report, pimpinan biasanya juga akan menyampaikan tentang bonus yang diperoleh karyawan, seperti makan-makan bersama tim atau ada bonus dalam bentuk lainnya. Tapi biasanya kita juga mengajukan, misalnya bulan ini atau bulan lalu tim marketing performanya bagus, penjualannya bisa melebihi target, nah nanti Pimpinan yang menilai dan mempertimbangkan, kalau sekiranya memang terpenuhi, maka manajemen akan memberikan apresiasi kepada tim yang performanya bagus.” (Informan 1)



Gambar 2. Apresiasi pada Divisi Marketing Development

Sumber: dokumentasi file google drive PT Followme Indonesia

Selain kegiatan pelatihan, *weekly report*, *coffee morning*, dan pemberian apresiasi pada karyawan, untuk membangun motivasi kerja karyawan, *employee relations* juga diterapkan dalam bentuk pemeriksaan kesehatan, dan *family gathering*. Tujuannya agar karyawan juga merasa diperhatikan dari sisi kebutuhan kesehatan jasmani dan membangun kebersamaan dengan keluarga karyawan.

“Supaya karyawan termotivasi bekerja, kami mengadakan pemeriksaan kesehatan gratis, selain itu ada juga jalan – jalan bersama keluarga karyawan. Agar karyawan lebih semangat dalam bekerja jika mendapat perhatian dari manajemen perusahaan.” (Key Informan)



Gambar 3. Pemeriksaan Kesehatan Karyawan PT Followme Indonesia

Sumber: Instagram @followme.indo



Gambar 4 Family Gathering

Sumber: dokumentasi PT Followme Indonesia

Pada kegiatan *family gathering*, karyawan diberikan kesempatan untuk bebas mengekspresikan dirinya melalui *games* yang sudah disiapkan oleh panitia. Setiap karyawan juga berkesempatan untuk memenangkan hadiah dan *doorprize*, serta menyampaikan keluh-kesahnya. Hal ini merupakan salah satu bentuk perhatian dari perusahaan kepada karyawan dan sebagai bahan evaluasi apakah hak dan kewajiban karyawan sudah terpenuhi dengan baik.

“Melihat lingkungan kerja, apalagi industri dibidang produksi itu kan berpacu sama jam kerja dan juga hasil produksi ya, jadi karyawan pasti merasa jenuh juga. Selain itu juga, yang melatarbelakangi program ini adalah inisiatif dari para karyawannya yang membutuhkan refreshing dari tekanan pekerjaan, makanya diadakan family gathering sebagai salah satu contohnya.” (Informan 1)

Motivais karyawan juga dibangun dengan cara memenuhi kebutuhan informasi mereka, tentu karyawan perlu mengetahui perkembangan PT Followme Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, penerapan *employee relations* yaitu mengoptimalkan penggunaan *Whatsapp Grup*, agar karyawan dapat berkomunikasi secara timbal balik dengan pihak manajemen perusahaan, dan juga dengan para pimpinan di divisi masing – masing. Selain itu, ada juga *Instagram* dan papan pengumuman yang berisi informasi –

informasi tentang kegiatan PT Followme Indonesia.

“Kalau untuk kebutuhan informasi karyawan, komunikasi kita lakukan melalui grup WA karena efektif dan lebih cepat untuk menyebarkan informasi dan mendapatkan feedback dari penerimanya.” (Key Informan)

Sedangkan menurut Informan I. mengatakan bahwa:

“Untuk media komunikasi yang kita gunakan adalah whatsapp grup, Instagram, papan pengumuman. Harapannya karyawan tidak akan tertinggal informasi tentang perkembangan semua aktivitas di perusahaan ini, dan bisa juga untuk komunikasi timbal balik, misalnya bisa melalui grup WA dan Instagram Sementara itu papan pengumuman digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan, meski jika papan pengumuman ini satu arah komunikasi nya, namun tetap bisa menambah pengetahuan karyawan tentang informasi terkini di perusahaan.” (Informan 1)

Setelah penerapan *employee relations* tersebut, karyawan lebih termotivasi dalam bekerja, setidaknya belum ada lagi karyawan memiliki loyalitas terhadap PT Followme Indonesia, kinerja nya juga semakin baik, produktivitas nya juga maksimal, sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

*“Kegiatan *employee relations* yang diterapkan, dapat membangun komunikasi yang baik dengan karyawan. Selain itu manfaatnya adalah karyawan menjadi betah bekerja di sini, mereka juga semakin menguasai tugas – tugas mereka, maksudnya semakin terampil dan cekatan, sehingga dapat memajukan perusahaan”. (Key Informan)*

“Karyawan semakin termotivasi, makin semangat bekerja nya, akrena

*kita juga berusaha terus melakukan *employee relations* yang dibutuhkan karyawan, bekerjanya semakin maksimal dan membawa keberhasilan bagi perusahaan.” (Informan 1)*

Pembahasan

Membangun motivasi kerja karyawan di PT Followme Indonesia, diterapkan melalui kegiatan *employee relations*. Kegiatannya antara lain pelatihan untuk karyawan, *weekly report* dan *coffee morning*, pemberian apresiasi bagi karyawan yang mencapai target, pemeriksaan kesehatan gratis dan *family gathering*.

Pertama, PT Followme Indonesia menerapkan program pelatihan bagi para karyawan. Tujuan diadakannya program ini adalah sebagai sarana belajar agar karyawan dapat meningkatkan kemampuan mereka. Karyawan pun menjadi termotivasi karena semakin kreatif dan inovatif, sehingga memiliki ide – ide baru serta mutu yang dihasilkan oleh karyawan pun semakin baik sehingga akan berdampak pula pada kemajuan PT Followme Indonesia. Sebagaimana dipahami bahwa karyawan merupakan asset di dalam perusahaan yang mempunyai *value* serta penting untuk diakui keberadaannya, karyawan dapat dikatakan kunci utama selain itu merupakan faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan, dalam menjalankan tujuan - tujuan serta visi misi perusahaan. (Alfianika Maharani et al., 2023)

Kedua, untuk membangun motivasi kerja karyawan, *employee relations* diterapkan dalam bentuk program motivasi kerja berprestasi, yaitu melalui kegiatan *weekly report*, *coffee morning* serta pemberian apresiasi bagi karyawan yang berhasil mencapai target dari masing – masing divisi. Melalui *weekly report* dan *coffee morning* secara rutin, karyawan dan pimpinan dapat berdiskusi secara tatap muka, selain itu

komunikasi yang bersifat dua arah atau timbal balik menambah motivasi karyawan karena mereka dapat memberikan masukan, ide, menyampaikan keinginan dan harapannya, sehingga karyawan diberikan kesempatan untuk mengutarakan pendapatnya. .

Ketiga, terdapat beberapa program acara khusus (*special event*) yang diadakan oleh PT Followme Indonesia, beberapa diantaranya adalah pemeriksaan kesehatan gratis dan *family gathering*. Program ini rutin diadakan setiap tahunnya, Tujuan diadakannya program acara khusus adalah untuk memperhatikan hak-hak karyawan dan menciptakan suasana yang nyaman dan kekeluargaan bagi karyawan. Pemenuhan hak-hak ini dianggap sebagai faktor penting untuk mendorong kontribusi positif dari karyawan, termasuk agar karyawan dapat termotivasi dalam memberikan sumbangsih dalam hal keterampilan, tenaga, dan ide. Selain itu kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkuat hubungan antar karyawan dan antara karyawan dengan atasan. Sejalan yang dipahami dari (Sari & Fauzi, 2022) bahwa seperti kegiatan di luar jam kerja, kumpul atau makan bersama merupakan kegiatan yang di dalam nya dapat berlangsung komunikasi interpersonal yang dilaksanakan pemimpin kepada bawahannya maupun sebaliknya untuk meningkatkan kebersamaan meski kegiatan seperti ini tidak dicantumkan sebagai suatu kebijakan

Keempat, motivasi kerja karyawan juga dibangun dengan melalui pemenuhan kebutuhan informasi karyawan. Papan pengumuman, *Instagram*, *WhatsApp Group* menjadi media komunikasi antara manajemen perusahaan, pimpinan di masing – masing divisi dengan karyawan di PT Followme Indonesia. Dengan begitu, ada keterbukaan informasi tentang perkembangan perusahaan kepada karyawannya.

Penerapan *employee relations* pada karyawan di PT Followme Indonesia telah

berhasil menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi para karyawan. Kegiatannya yang berlandaskan pada komunikasi dua arah membuat karyawan merasa diperhatikan, sehingga termotivasi dalam bekerja. Karyawan menjadi lebih baik kinerjanya, dan lebih produktif. Berdasarkan hal ini dapat dipahami bahwa potensi dari karyawan perlu dikelola dengan baik, supaya bisa memberikan hasil yang maksimal, maka pihak manajemen perusahaan juga perlu mengedepankan cara yang tepat untuk mengembangkan karyawannya agar mempunyai motivasi kerja yang tinggi sehingga membawa perusahaan pada kemajuan. (Permana & Ramdani, 2023). Hal ini berkaitan dengan salah satu spesialisasi yang ada pada *Public Relations* yaitu melakukan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah dapat berlangsung antara pihak karyawan dengan pihak manajemen perusahaan, juga sebaliknya. (Melita, 2018) Secara keseluruhan, Program *Employee Relations* di PT Followme Indonesia berhasil menciptakan lingkungan kerja yang positif serta mampu membangun motivasi kerja karyawan, faktor pendukung seperti suasana kekeluargaan dan keakraban yang terjalin antar karyawan memberikan landasan kuat untuk kelangsungan program ini.

KESIMPULAN

PT Followme Indonesia menerapkan *employee relations* dengan tujuan membangun motivasi kerja karyawan. Membangun motivasi kerja karyawan dilakukan melalui kegiatan pelatihan dengan menghadirkan nara sumber yang dapat memberikan wawasan serta keterampilan sesuai bidangnya, ada juga kegiatan memberikan apresiasi bagi karyawan dalam bentuk bonus yang disampaikan secara terbuka di saat *weekly report* ataupun *coffee morning*, selain itu ada kegiatan *family gathering*, pemeriksaan kesehatan secara gratis bagi karyawan, serta pemanfaatan media

internal seperti *WhatsApp Group*, *Instagram* dan papan pengumuman.

Kegiatan yang disebutkan berlandaskan pada komunikasi dua arah antara karyawan dengan pimpinan di unit kerja masing – masing maupun antara karyawan dengan pihak manajemen PT Followme Indonesia. Komunikasi yang bersifat dua arah dapat memenuhi kebutuhan karyawan yaitu memperoleh kesempatan menyampaikan pendapat serta didengar keluh kesahnya. Hal ini membuat karyawan termotivasi dalam melaksanakan tugas nya, sehingga PT Followme Indonesia dapat maju dan berkembang sampai saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika Maharani, D., Supriatin, D., & Puspitawati. (2023). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasta Pusaka Sentosa Purbalingga*. Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis, 14(1), 66–77. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/index>
- Ayunigtyas, O. D. dan F. R. Y. (2019). *Employee Relations dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jurnal Komunikasi Massa, 1(1), 1–20.
- Bakiyah, H., Indarsih, M., Yuniani, H., & Astuti, F. D. (2022). *Strategi Komunikasi Public Relations PT Cakra Mahkota Dalam Customer Relations*. Jurnal Komunikasi Dan Budaya, 3(1), 20–34. <https://doi.org/10.54895/jkb.v3i1.1352>
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. CV. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Irawan, E. P. (2015). *Penerapan Peran Public relations Pada Program Employee Relations (Studi Kasus Tentang Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Oleh Divisi Human Capital Development PT Kao Indonesia)*. Lontar, 3(3), 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v3i3.538>
- Irene, S. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Melita, Y. (2018). *Motivasi Kerja Karyawan Melalui Employee Relations*. Jurnal Insani, 5(2), 2407–6856.
- Normawati, Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). *Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect to Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia)*. Jurnal Komunikasi Media Dan Informatika, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika>
- Permana, R., & Ramdani, D. (2023). *Pengaruh Kegiatan Employe Relations Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Produksi “PT. XYZ” Karawang*. Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(3), 3370–3384.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, I., & Fauzi, R. (2022). *Penerapan Human Relations dalam Memotivasi Kerja Pegawai pada PT . Batik Danar Hadi*. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 8(1), 49–56.

**UPAYA KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA
KARYAWAN DI LIVEUP CREATIVE PHOTOGRAPHY****Shinta Kristanty¹, Zarah Sandrina Azmi², Mulyati³, Riyodina G. Pratikto⁴, Anggun Putri
Dewanggi Indah Bestari⁵**Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia¹²³⁴⁵**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Liveup Creative Photography, sebuah perusahaan dokumentasi foto dan video. Karyawan di perusahaan tersebut memiliki pekerjaan dengan target waktu dan memerlukan kreativitas dalam menghasilkan karya – karya foto maupun video yang tentunya disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Bukanlah hal mudah untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan agar memiliki loyalitas pada perusahaan, tentunya dibutuhkan upaya komunikasi internal. Berdasarkan pada paparan tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di vendor Liveup Creative Photography? Penelitian ini menggunakan konsep program – program komunikasi internal dan motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif – kualitatif, melalui wawancara dan observasi untuk memahami upaya komunikasi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan di Liveup Creative Photography perlu untuk ditingkatkan motivasi kerja nya karena pekerjaan mereka memiliki pola yang berkaitan dengan keativitas dan target dari pelanggan yaitu hasil foto maupun video dokumentasi kegiatan yang sesuai dengan keinginan pelanggan tersebut, maka upaya komunikasi internal yang diterapkan yaitu melalui pemberian kegiatan pelatihan bagi karyawan, acara jalan – jalan bersama karyawan, penghargaan dan diskusi antara pimpinan dengan karyawan.

Kata kunci: komunikasi internal, motivasi, kerja, karyawan

**INTERNAL COMMUNICATION EFFORTS IN INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION
AT LIVEUP CREATIVE PHOTOGRAPHY****Shinta Kristanty¹, Zahrah Sandrina Azmi², Mulyati³, Riyodina G. Pratikto⁴, Anggun Putri
Dewanggi Indah Bestari⁵**Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia¹²³⁴**ABSTRACT**

This research discusses internal communication efforts to increase employee motivation at Liveup Creative Photography, a photo and video documentation company. Employees in the company have a job with time targets and require creativity in producing photo and video works that are certainly tailored to customer desires. It is not an easy thing to increase employee motivation to have loyalty to the company, of course, internal communication efforts are needed. Based on this explanation, the purpose of this research is to find out how internal communication efforts in increasing employee motivation at Liveup Creative Photography vendors? This research uses the concept of internal communication programmes and work motivation. This research uses a descriptive - qualitative method, through interviews and observations to understand internal communication efforts. The results showed that employees at Liveup Creative Photography need to be motivated because their work has a pattern related to the activities and targets of customers, namely the results of photos and video documentation of activities in accordance with the wishes of these customers, so the internal communication efforts applied are through the provision of training activities for employees, outings with employees, awards and discussions between leaders and employees.

Keywords: internal communication, motivation, work, employees

Korespondensi: Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si, Universitas Budi Luhur. Ciledug Raya, Kota Jakarta Selatan, Jakarta 12260, Email: shinta.kristanty@budiluhur.ac.id**Submitted:** September 2024, **Accepted:** Oktober 2024, **Published:** Oktober 2024OJS: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

PENDAHULUAN

Karyawan merupakan aset utama dalam suatu perusahaan, yang perannya tak tergantikan dalam mencapai tujuan perusahaan secara maksimal. Dalam setiap kegiatan perusahaan, karyawan harus berinteraksi dengan sesama rekan kerja, atasan, serta mematuhi aturan dan kebijakan yang berlaku. Komunikasi, sebagai instrumen untuk menyampaikan informasi, gagasan, atau pendapat, memiliki peran penting dalam memperlancar hubungan ini dan menjaga motivasi kerja karyawan. Hal ini khususnya berlaku bagi perusahaan di sektor kreatif, seperti fotografi, di mana keberhasilan sangat bergantung pada kerja sama tim dan kreativitas individu.

LiveUp Creative Photography, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan videografi untuk dokumentasi acara pernikahan, berdiri pada tahun 2016 di Tangerang. Dalam perjalanannya, perusahaan ini mengalami berbagai tantangan, termasuk penurunan motivasi kerja karyawan yang diakibatkan oleh faktor-faktor seperti tenggat waktu, kepercayaan yang kurang dari pimpinan, dan kebosanan. Oleh karena itu, komunikasi internal yang efektif diperlukan untuk mendukung peningkatan motivasi kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Komunikasi internal yang kuat diharapkan mampu membangun sinergi antara pimpinan dan karyawan, serta meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pencapaian visi dan misi perusahaan.

Komunikasi internal dalam organisasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan antara anggota organisasi, yang bertujuan untuk mendukung tercapainya tujuan bersama. Menurut Siregar (2021), komunikasi internal memiliki peran penting dalam mengatasi ketidakpastian dalam organisasi dengan menciptakan jaringan hubungan yang saling bergantung, di mana pesan dan pemikiran dapat ditukar secara efektif. Komunikasi internal yang baik memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, membantu menciptakan sinergi antar anggota organisasi dalam pencapaian visi dan misi perusahaan. Komunikasi internal melibatkan penyampaian informasi secara jelas, baik di tingkat formal maupun informal, yang mencakup arahan dari pimpinan kepada karyawan, interaksi antar karyawan, serta komunikasi antara berbagai divisi di dalam organisasi.

Robbins & Judge (2015) mengklasifikasikan komunikasi internal ke dalam tiga jenis: komunikasi lisan, tulisan, dan non-verbal. Komunikasi lisan melibatkan penyampaian informasi secara langsung melalui percakapan tatap muka, video konferensi, diskusi kelompok, maupun panggilan telepon, yang memungkinkan umpan balik langsung dan respons cepat dari penerima pesan. Komunikasi tulisan adalah proses penyampaian informasi yang dilakukan melalui media tertulis seperti email, memo, laporan, atau surat. Jenis komunikasi ini penting untuk memastikan informasi dapat direferensi kembali dan digunakan sebagai catatan dokumentasi. Komunikasi non-verbal, yang mencakup bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara, juga berperan penting dalam memperkuat atau bahkan mengubah makna pesan yang disampaikan. Efendy (2013) menambahkan bahwa komunikasi internal juga membantu menghindari kesalahpahaman dalam organisasi dengan memberikan informasi yang akurat dan relevan sesuai kebutuhan anggota organisasi.

Dalam organisasi, komunikasi internal dapat dilakukan melalui dua bentuk utama: komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal mencakup komunikasi dari atas ke bawah, yaitu komunikasi dari pimpinan ke karyawan yang bertujuan memberikan instruksi, arahan, dan motivasi; serta dari bawah ke atas, yaitu komunikasi dari karyawan ke pimpinan yang mencakup pelaporan, umpan balik, atau usulan. Komunikasi horizontal, di sisi lain, terjadi antara karyawan yang memiliki posisi atau jabatan yang sejajar, memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dan berbagi informasi dalam rangka menghindari konflik dan menciptakan sinergi antar tim.

Motivasi kerja didefinisikan sebagai dorongan atau keinginan dari dalam diri seseorang untuk bekerja secara maksimal dalam mencapai tujuan tertentu. Robbins dan Judge (2015) menyebutkan bahwa motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk lingkungan kerja, budaya organisasi, kompensasi, kepemimpinan, dan komunikasi. Fauziah, Ayu, & Try Syahpitra (2020) juga menegaskan bahwa komunikasi yang baik antara karyawan dan manajemen dapat mendorong motivasi kerja yang lebih tinggi dan meningkatkan keterikatan karyawan dengan perusahaan. Menurut Romli (2014), komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan berperan penting dalam membangun kepuasan kerja dan semangat kerja yang berkelanjutan. Hal ini semakin relevan di sektor kreatif, seperti fotografi, di mana kinerja individu berperan besar dalam menciptakan produk berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan klien.

Suryani, Susanti, & Evadiani (2022) juga mengungkapkan bahwa komunikasi internal yang efektif adalah komponen kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan kondusif, yang pada akhirnya berdampak positif pada motivasi kerja karyawan. Mereka menyatakan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya membantu menyelesaikan masalah yang mungkin timbul dalam lingkungan kerja, tetapi juga memperkuat kerjasama dan kepercayaan antar karyawan serta antara karyawan dan manajemen. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Putri (2021), yang menunjukkan bahwa karyawan yang merasa didengar dan dihargai oleh manajemen cenderung memiliki motivasi kerja yang lebih tinggi.

Dalam sektor kreatif, seperti industri fotografi yang diwakili oleh perusahaan LiveUp Creative Photography, komunikasi internal memiliki peran yang sangat krusial. Fabiana Meijon Fadul (2019) menyatakan bahwa meskipun teknologi modern dan peralatan yang canggih telah meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan di sektor ini, sumber daya manusia yang termotivasi tetap menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan. Di LiveUp Creative Photography, yang menyediakan layanan fotografi dan videografi untuk acara pernikahan, komunikasi internal tidak hanya bertujuan untuk mengoordinasikan tugas, tetapi juga untuk membangun budaya kerja yang inovatif dan kreatif, di mana karyawan didorong untuk memberikan ide-ide baru yang meningkatkan daya saing perusahaan.

Menurut Hasugian (2017), terdapat beberapa program komunikasi internal yang efektif untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam organisasi, di antaranya: program pelatihan dan pendidikan, yang membantu meningkatkan keterampilan karyawan dan mempersiapkan mereka untuk tantangan pekerjaan yang lebih tinggi; program penghargaan dan apresiasi, yang memberikan penghargaan bagi karyawan berprestasi untuk mempertahankan motivasi dan kinerja mereka; program acara khusus, seperti outing atau acara sosial yang bertujuan untuk meningkatkan ikatan antar karyawan dan memperkuat budaya perusahaan; dan program media komunikasi internal, seperti majalah dinding atau bulletin, yang menyediakan ruang bagi karyawan untuk berbagi informasi dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan organisasi.

Arung (2022) juga menegaskan bahwa komunikasi internal yang efisien membantu meningkatkan keterlibatan karyawan dalam dialog perusahaan dan memotivasi mereka untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Motivasi kerja, seperti dijelaskan oleh Khusnul (2020), adalah upaya yang dapat mempengaruhi semangat kerja karyawan untuk terus memberikan kontribusi terbaik mereka dalam mencapai tujuan perusahaan.

Asyifa (2016) menyatakan bahwa komunikasi internal memiliki empat tujuan utama: sebagai sarana timbal balik untuk memperkuat hubungan antara manajemen dan karyawan; sebagai alat untuk mengurangi kesalahpahaman; sebagai sarana untuk menyampaikan kebijakan, peraturan, dan tata

kelola perusahaan; serta sebagai media bagi karyawan untuk menyampaikan aspirasi atau saran kepada manajemen. Dengan komunikasi internal yang baik, organisasi dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan produktif antara pimpinan dan karyawan, yang pada akhirnya akan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Penelitian terkait komunikasi internal dan motivasi kerja telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Misalnya, studi Suryani, Susanti, & Evadiani (2022) mengungkapkan bahwa komunikasi internal yang baik dapat mendukung operasional perusahaan secara efektif dan berperan dalam pencapaian tujuan organisasi. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara komunikasi organisasi yang baik dengan peningkatan motivasi kerja karyawan. Penelitian lainnya oleh Putri (2021) menyoroti pentingnya komunikasi internal dalam meningkatkan keterikatan karyawan terhadap perusahaan. Sementara penelitian ini memiliki kesamaan dalam mengkaji peran komunikasi internal, penelitian yang akan dilakukan di LiveUp Creative Photography memiliki fokus khusus pada sektor jasa kreatif dan dampak langsungnya terhadap motivasi kerja dalam konteks industri fotografi.

Penelitian ini akan difokuskan pada ruang lingkup komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di LiveUp Creative Photography. Permasalahan yang dibahas adalah bagaimana upaya komunikasi internal yang diterapkan dapat mendukung peningkatan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami peran komunikasi internal dalam konteks industri fotografi yang memiliki karakteristik dinamis dan berorientasi pada kreativitas. Pertanyaan penelitian yang akan dijawab adalah: Bagaimana penerapan komunikasi internal di LiveUp Creative Photography dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan?

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi tiga aspek utama yang berkaitan dengan komunikasi internal di LiveUp Creative Photography. Pertama, penelitian ini akan menganalisis bentuk komunikasi internal yang diterapkan di perusahaan untuk memahami pola komunikasi yang digunakan dalam interaksi antara manajemen dan karyawan. Kedua, penelitian ini akan mengevaluasi pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja karyawan, dengan tujuan untuk melihat sejauh mana komunikasi internal yang terjalin dapat meningkatkan semangat kerja dan keterlibatan karyawan. Ketiga, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi komunikasi internal yang paling efektif untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan pendekatan komunikasinya dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang komunikasi internal dan pengaruhnya terhadap motivasi kerja karyawan di LiveUp Creative Photography. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan serta mendokumentasikan kondisi aktual yang diamati selama penelitian berlangsung, sehingga data yang dikumpulkan mencerminkan keadaan lapangan secara mendetail (Hamzah, 2019). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dialami subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang terwujud dalam interaksi mereka sehari-hari (Lexy, 2017). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali data mendalam yang relevan daripada berfokus pada kuantitas data (Kriyantono, 2020).

Subjek penelitian ini adalah individu yang memiliki peran penting di LiveUp Creative Photography, termasuk Arifin Triyan Saputro selaku pemilik dan pimpinan perusahaan, serta Gafar

Malik Sutaryo, karyawan yang bertugas sebagai fotografer. Pemilihan subjek didasarkan pada keterlibatan mereka dalam kegiatan komunikasi internal perusahaan yang dapat memberikan wawasan langsung mengenai pola komunikasi dan motivasi kerja di lingkungan organisasi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

- **Wawancara** dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari subjek penelitian terkait dengan pengalaman dan pandangan mereka mengenai komunikasi internal dan motivasi kerja. Menurut Sarosa (2017), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang esensial dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai perspektif yang mendalam.
- **Observasi** atau pengamatan lapangan dilakukan di kantor LiveUp Creative Photography yang berlokasi di Jalan Sudimara Jaya, RT.001/RW.002, Kecamatan Ciledug, Kota Tangerang. Observasi memungkinkan peneliti untuk menyaksikan langsung pola komunikasi, interaksi antar karyawan, dan suasana kerja dalam perusahaan. Berdasarkan panduan dari Sugiyono (2020), penelitian ini menggunakan beberapa bentuk observasi, termasuk observasi partisipatif dan observasi terang-terangan untuk memastikan data yang diperoleh sesuai dengan keadaan nyata.
- **Dokumentasi** dilakukan untuk melengkapi dan memverifikasi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Teknik ini mencakup pengumpulan data berupa arsip, foto, dan dokumen lain yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi internal, seperti foto kegiatan pelatihan, acara makan bersama, dan bentuk interaksi lainnya. Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan bukti pendukung yang memperkuat keaslian data penelitian (Ahyar, 2020).

Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara deskriptif. Proses analisis ini mencakup pengorganisasian data, pengkodean, serta interpretasi untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi internal yang diterapkan dan bagaimana pola tersebut memengaruhi motivasi kerja karyawan. Data yang diperoleh akan diuraikan sesuai dengan konsep-konsep teori komunikasi internal, dengan tujuan untuk menghasilkan gambaran yang terstruktur tentang efektivitas komunikasi internal di LiveUp Creative Photography dalam mendukung motivasi kerja karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Program Pelatihan Bagi Karyawan Junior dan Senior

Program pertama yang dilakukan sebagai upaya komunikasi internal adalah pelatihan. Pelatihan dalam hal ini adalah di bidang fotografi. Program ini dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan para karyawan. Seperti halnya program pelatihan adalah salah satu upaya komunikasi internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Liveup Creative Photography. Melalui kegiatan ini karyawan sebagai penyedia jasa fotografi akan mendapatkan keterampilan dan pengetahuan dalam memotret, teknik pengambilan gambar, mengedit foto, mengatur pencahayaan serta mempelajari bagaimana komunikasi dan sikap kerja yang harus dimiliki oleh karyawan sebagai penyedia jasa fotografi. Berikut ini hasil wawancara nya:

“Program pelatihan sangat penting untuk diadakan. Apalagi dari pengalaman saya ini ya selama 4 tahun sejak tahun 2020 fokus mengembangkan usaha penyedia jasa Photograpghy dan bermitra

dengan berbagai vendor. Dimulai dari awal membangun usaha dalam bidang Photography sampai saat ini, ya ini (Liveup Creative Photography) telah mengalami kondisi pasang surut yang disebabkan oleh beberapa faktor. Jadi dari kontribusi fotografer senior maupun junior ini dalam pelatihan diharapkan menjadi bagian dari motivasi kerja yang berpengaruh signifikan bagi Liveup, baik secara praktik ataupun secara materi untuk meningkatkan kemampuan fotografi.” (Key Informan/ Bapak Arifin Triyan Saputro selaku pendiri Liveup Creative Photography)

“Dalam bidang photography sebagai penyedia pelayanan jasa maka suatu pelatihan sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan kemampuan serta teknik pengambilan objek gambar. Hal ini sebagai tujuan dalam pengembangan diri serta bakat para karyawan Liveup Creative Photography dalam membentuk kreativitas, meningkatkan skill dan meningkatkan motivasi para karyawan untuk menjalankan pekerjaan di bidang photography.” (Informan 1/ Gafar Malik Sutaryo)

Untuk materi pelatihan dibedakan antara materi pelatihan untuk karyawan yang sudah senior dengan yang masih junior (masih baru). Untuk karyawan junior materi pelatihan lebih di tekankan tentang teknik dasar memotret, mengenal fungsi peralatan yang digunakan. Sedangkan yang karyawan sudah senior diberikan pelatihan yang bersifat *advance* atau lanjutan seperti teknik berkomunikasi dengan pelanggan, hal ini dilakukan agar citra dari Liveup Creative Photography juga baik, jika karyawannya memiliki motivasi kerja yang tinggi. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Mengenai hal ini, saya merasa seluruh karyawan menerima materi dan pengetahuan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. fotografer junior mendapatkan materi-materi basic seperti teknik dasar fotografi, sedangkan fotografer senior mendapatkan materi-materi yang lebih berat seperti cara menghadapi client dan membangun komunikasi yang baik dengan client. Untuk materi karyawan junior Liveup berisikan teknik dasar fotografi dalam kamera, seperti speed, diafragma dan iso, teknik dasar dalam pengambilan angle foto (Rule of third), pengaturan pencahayaan (flash, white balance atau menyesuaikan kondisi warna temperature), dan picture style untuk tahap editing. Sedangkan, untuk karyawan senior mempelajari cara membangun komunikasi yang baik dengan klien dan menjaga citra perusahaan, terutama hubungan antara perusahaan dengan vendor ataupun klien, mengembangkan kretaitivas dalam pengambilan foto yang unik dan menarik, juga pengambilan gambar dalam foto beauty shoot mengikuti trend masa kini.” (Key Informan)

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami bahwa materi yang diberikan selama pelatihan dirasa dapat memberikan motivasi pada karyawan karena sesuai dengan yang dibutuhkan. Program pelatihan yang diikuti oleh pimpinan serta karyawan ini juga penting sebagai upaya pengembangan diri dan bakat seluruh karyawan, pentingnya program ini sangat berpengaruh bagi keberlanjutan Liveup Creative Photography dan rasa semangat karyawan karena mempunyai kesempatan untuk bersosialisasi dengan banyak fotografer lainnya yang dapat memberikan banyak ilmu pengetahuan mengenai dunia fotografi yang luas, terutama dalam wedding photography. Kegiatan pelatihan tersebut diselenggarakan setiap 3 sampai 6 bulan sekali, dengan menghadirkan pembicara ahli dibidang nya, agar para karyawan memperoleh materi pelatihan sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga dapat termotivasi dalam bekerja setelah mengikuti pelatihan fotografi. Dari kegiatan pelatihan ini karyawan jadi memiliki keterampilan di bidang fotografi yang lebih maksimal.

“Iya betul, dalam mendukung peningkatakan kemampuan, Liveup Creative Photography selama 2 tahun terakhir ini mengadakan suatu pelatihan setiap 3 bulan sampai 6 bulan sekali disesuaikan dengan jadwal para karyawan dan tentunya pembicara fotografernya. Pelatihan dilakukan dengan beberapa mentor yang berbeda-beda yang berfokus pada wedding photography melalui materi flatlay, videografi, attitude dalam berkomunikasi dengan klien dan sebagainya” (Key Informan)

Seperti hal nya disampaikan oleh pimpinan maupun salah satu karyawan yang mengikuti pelatihan fotografi bahwa dari pelatihan yang diikuti dapat memberikan serta meningkatkan pemahaman, keterampilan dalam menjalankan tugas sebagai fotografer di Liveup Creative Photography. Program pelatihan tersebut dirasa mampu memberikan motivasi dalam melaksanakan pekerjaan. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Tentu saja, karena kan dalam pelatihan ini tidak hanya menyampaikan materi-materi basic saja yang mungkin sudah banyak dikuasai oleh beberapa fotografer. Justru dari pelatihan ini kami (karyawan Liveup) mendapatkan banyak ilmu yang sebelumnya tidak pernah kami tahu dan dapatkan. Bisa dibilang, setelah mengikuti beberapa kali pelatihan hingga saat ini program pelatihan telah berjalan dengan lancar dan kami semakin semangat menekuni pekerjaan ini. (Informan 1)

“Saya lihat dari keikutsertaan karyawan terhadap program pelatihan sejak dimulai, karyawan sangat antusias dan berminat yang mana dapat meningkatkan skill dan kemampuan para Karyawan. Tidak terlepas juga dari faktor kemajuan teknologi dan digitalisasi menjadi motivasi untuk Liveup Creative photography untuk terus berkembang dalam memberikan pelayanan jasa photography terbaik bagi vendor atau klien dan membuat karyawan semakin termotivasi.” (Key Informan)

Dari adanya pelatihan materi dan praktik dalam pelatihan berdampak pada kemampuan teknik pengambilan sudut pandang objek yang tentunya tidak didapatkan dengan hanya mempelajari materi saja. Jadi seorang fotografer untuk menguasai teknik *photography* tidak semudah dalam penjelasan materi saja. Lebih dari itu, pengambilan objek gambar dapat berpengaruh terhadap *value* jasa layanan. Pelatihan menjadi pemicu utama untuk karyawan dan menjadi acuan motivasi kerja di Liveup Creative Photography, selain itu dapat meningkatkan aktivitas komunikasi internal antara pimpinan dengan karyawan, maupun karyawan dengan karyawan karena di kegiatan inilah karyawan dapat mengkomunikasikan hal apa yang dirasa masih perlu dielajari untuk meningkatkan kemampuan fotografi mereka.

Sebagai seorang fotografer harus bisa menguasai kemampuan bakat yang dimiliki. karena, tidak semua orang mempunyai kemampuan dalam dunia fotografi. dalam hal ini, peneliti menanyakan kepada *Informan 1* Gafar Malik Sutaryo mengenai kemampuan yang sangat penting untuk dikuasai : *“Sebenarnya menjadi seorang fotografer cukup simple, cukup dapat mengoperasikan kamera dengan baik saja. Dari hasil-hasil foto yang bagus dapat dijadikan sebagai potfolio dan menarik klien. Dari sini skill komunikasi kita juga dipertajam untuk membangun chemistry dengan klien, sehingga hasil foto atau video yang kita hasilkan itu sesuai dengan kemauan dari klien. Tapi tentunya untuk mempelajari teknik lainnya jadi tuntutan penting sekaligus tantangan yang seru bagi kami.” (Informan 1)*

Program pelatihan bagi karyawan di Liveup Creative Photography mampu meningkatkan semangat ataupun motivasi kerja, karena materi – materi yang diberikan pada saat pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan para karyawan tersebut, selain pengetahuan dan keterampilan, pelatihan dapat menjadi kesempatan berdiskusi dengan para pembicara. Hal ini juga dapat lebih meningkatkan hubungan baik dengan pimpinan di Liveup Creative Photography karena karyawan dapat menggunakan komunikasi internal di pelatihan tersebut untuk memperlihatkan kemampuan fotografi mereka kepada pimpinan, dan pimpinan pun dapat mengevaluasi kemamapuan karyawannya. Pelatihan ini telah memberikan nilai tersendiri karena pimpinan memberikan kesempatan pada karyawan untuk meningkatkan keterampilan yang dirasa kurang. Berikut ini kutipan wawancaranya: *“Iya, pelatihan ini menjadi wadah yang sangat membantu untuk menyalurkan, mengembangkan dan meningkatkan bakat diri dalam bidang photography. Menjadi fotografer tidak hanya sebatas hobi*

dalam melakukan potret terhadap suatu objek. Namun, lebih jauh dari itu objek-objek yang diabadikan memiliki kisahnya masing-masing. Bekerja sebagai seorang fotografer merupakan profesi yang menyenangkan dengan menggabungkan hobi dan kreativitas. Tentunya dengan mengikuti pelatihan ini saya dan tim memiliki tujuan yang jelas dalam meningkatkan motivasi kerja yang dapat menunjang potensi karir kedepannya dalam jasa layanan photography. Melalui pelatihan ini juga dapat membangun dan memperluas networking diluar lingkungan kerja Liveup Creative Photography, selain itu menjadi bahan evaluasi pimpinan dan terpenting pimpinan mendukung apabila ada karyawan yang dirasa kurang terampil, dapat diikut sertakan melalui pelatihan ini..” (Informan 1)

Berikut ini adalah dokumentasi program pelatihan yang dijalankan oleh Liveup Creative Photography bagi para karyawan dan merupakan bentuk komunikasi internal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan.:



Gambar 1. Program Pelatihan Teknik Fotografi.

Sumber : Dokumentais dari Tim media Liveup Creative Photography



Gambar 2. Mengerjakan Tugas yang Diberikan Saat Pelatihan.

Sumber : Dokumentasi dari Tim media Liveup Creative Photography

Mengacu pada seluruh hasil observasi diatas dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pendidikan ini sangat penting bagi pimpinan dan karyawan selaku fotografer. Dengan adanya pelatihan ini, karyawan mampu menjalankan pekerjaannya dengan senang dan semangat, karyawan merasa termotivasi karena memperoleh kesempatan kepada mengembangkan kemampuan dan bakat. Selain itu, pimpinan juga mampu mengerti kebutuhan materi untuk masing-masing karyawan. Penyampaian materi sendiri yang diberikan kepada karyawan yakni *step by step* dan disesuaikan juga dengan pengalaman. Karena tiap karyawan memiliki kemampuan yang berbeda maka untuk materi pun disesuaikan dan diusahakan semua karyawan akan mendapatkan materi yang sama (nantinya). Untuk mendapatkan materi yang lebih mendalam, karyawan harus mengikuti materi dasar, jadi dalam menggapai materi membutuhkan tahap - tahap hingga kemampuan dan *skill* yang diharapkan tercapai dengan maksimal.

Pemberian Penghargaan Bagi Karyawan

Pada hakikatnya seseorang yang bekerja pasti membutuhkan suatu pengakuan atas pekerjaan yang sudah dilakukan. Untuk itulah diadakan pemberian penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, sehingga karyawan di Liveup Creative Photography dapat lebih termotivasi dalam bekerja. Pengakuan tersebut diharapkan dapat diberikan oleh pimpinan dan juga karyawan. Untuk memenuhi pengakuan maka dibutuhkan penghargaan bagi karyawan berprestasi. Terdapat tolak ukur yang diterapkan oleh pimpinan dalam memberikan penghargaan pada karyawan, antara lain: sikap atau pembawaan diri di lingkungan kerja artinya tidak bermasalah dengan rekan sekerja, disiplin dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tenggat waktu yang dijanjikan ke klien untuk memberikan hasil fotografinya, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan kreatif dalam menyampaikan ide – ide nya. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Untuk penilaian kinerja karyawan, saya selalu menerapkan 5 prinsip umum yang harus diterapkan tiap harinya ketika berada dilingkungan kerja atau ketika berada diluar kantor. Yang pertama, disiplin waktu sebagai efisiensi karyawan yang memiliki dateline ketat dan harus tepat waktu. Selanjutnya, harus diimbangi dengan rasa tanggung jawab terhadap tugas masing-masing, kualitas pekerjaan yang mencakup kecakapan kepada klien, harus bisa menjaga sikap dan inisiatif dalam kerjasama tim.” (Key Informan)

Kriteria penilaian kinerja karyawan tersebut dijadikan acuan sebagai penilaian karyawan terbaik yang berhak untuk diberikan penghargaan. Hal ini merupakan upaya yang tepat untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga karyawan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas dalam bekerja. Dengan adanya penilaian kinerja, maka dapat membantu seluruh karyawan atas hal - hal yang sekiranya harus diperbaiki. Beliau juga menyampaikan bahwa seluruh karyawan tidak keberatan jika *Liveup Creative Photography* melakukan penilaian kinerja, karena hal tersebut membantu karyawan untuk meningkatkan motivasi sehingga dapat bekerja dengan lebih produktif. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Menurut saya sebagai karyawan, penilaian kinerja sangat penting untuk mengevaluasi kinerja kami (tim Liveup) juga self development tentunya. Secara objektif, saya sampaikan dilakukannya evaluasi ini dapat membantu mengetahui hal-hal yang sekiranya masih kurang maksimal. Kami tentunya sangat terbuka jika Liveup Creative Photogrphay melakukan penilaian kinerja dan membuat kami semakin termotivasi menjadi pekerja yang lebih produktif.” (Informan 1)

Selanjutnya tentang pemberian penghargaan kepada karyawan telah disesuaikan dengan prosedur yang ditetapkan perusahaan Liveup Creative Photography, dalam hal ini bagaimana

keterampilan serta kemampuan karyawan dalam mengoperasikan alat – alat seperti kamera foto dan hasil fotonya, juga merupakan faktor yang menentukan pemberian penghargaan bagi karyawan tersebut. Berikut ini kutipan wawancaranya:

“Tentunya dalam penilaian kinerja kepada karyawan ada beberapa poin penting yang perlu ditegaskan. Apalagi kami (Liveup Creative Photography) memiliki jam kerja yang padat pada saat weekend, mengharuskan karyawan on time dan tanggung jawab terhadap klien dalam pembagian tim di beberapa lokasi berbeda. Untuk itu, penilaian kinerja yang dilakukan pun disesuaikan dengan prosedur perusahaan (Liveup Creative Photography) yang meliputi keahlian teknik mengoperasikan kamera, kepekaan detail pencahayaan dalam mengambil gambar, tiap individu dituntut untuk memiliki dasar editing fotografi atau videografer yang kreatif, dan menguasai komunikasi yang baik dengan tujuan dapat memahami dan memenuhi harapan klien.” (Key Informan)

Pada perusahaan Liveup Creative Photography terdapat beberapa poin utama yang perlu diperhatikan dan diterapkan dalam indikator penilaian kinerja karyawan *Liveup Creative Photography* yang mencakup memiliki keahlian teknis dalam mengoperasikan kamera dan teknik pengambilan gambar, mampu dan cekatan dalam menangkap momen dengan memperhatikan detail pencahayaan atau kepekaan visual, kemampuan editing dan kreatif membuat konten-konten menarik sebagai bentuk proses pengembangan *passion photography* dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, sehingga mampu memahami kebutuhan dan harapan klien, serta menciptakan suasana interaktif yang nyaman. Khususnya *Liveup Creative Photography* yang berfokus dalam *Wedding photography* mengharuskan fotografer memiliki kemampuan komunikasi yang cepat tanggap untuk memberikan dan menghasilkan momen pernikahan sesuai harapan klien serta mampu mengelola sesi fotografi. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Dalam hal ini, untuk karyawan yang berhak mendapatkan penghargaan biasanya berdasarkan kriteria tertentu. Tiap kesempatan dalam pemberian penghargaan ditentukan dengan kriteria yang berbeda-beda. Sehingga, karyawan semakin termotivasi untuk berkompetisi positif dan diharapkan calon penerima penghargaan bergantian.” (Informan 1)

Seperti pada perusahaan ataupun penyedia jasa layanan fotografi lainnya. Untuk memberikan motivasi kepada para karyawannya, perusahaan memberikan penghargaan sebagai bentuk apresiasi atas apa yang telah dikerjakan oleh karyawan, hal ini merupakan bentuk komunikasi internal selain pelatihan, karena melalui pemberian penghargaan tersebut, pihak pimpinan dapat mengkomunikasikan rasa terimakasih kepada para karyawan yang telah membantu memajukan perusahaan, dan karyawan pun semakin menunjukkan motivasi kerja mereka dengan disiplin serta bertanggungjawab dalam bekerja.



Gambar 3. Karyawan Menerima Penghargaan Berupa Mystery Box
Sumber : Dokumentasi dari Tim media Liveup Creative Photography

Sebagai bentuk dukungan terhadap karyawan maka program ini sangat tepat untuk dilakukan, dengan adanya sistem *reward* karyawan akan lebih termotivasi. Hal ini dapat dilihat dari evaluasi penilaian kerja yang dilakukan setiap akhir bulan, dengan dilakukannya sistem ini karyawan menunjukkan kinerja yang lebih baik dan tidak hanya karena sistem *reward*, namun bentuk kepuasan kerja karyawan atas hasil yang didapat, karyawan akan merasa puas dengan hasil kinerja masing-masing.

Program Acara Khusus

Program acara khusus yang diadakan oleh Liveup Creative Photography merupakan salah satu upaya yang membantu karyawan untuk meningkatkan motivasi kerja, dan membangun budaya kerja yang positif. Acara yang diadakan yaitu berupa berwisata bersama karyawan. Tujuannya adalah agar karyawan tidak jenuh menghadapi pekerjaan mereka sehari – hari, sehingga dengan acara jalan – jalan santai karyawan dapat lebih semangat ketika nantinya kembali bekerja, dan dapat lebih meningkatkan kearaban. Berikut ini kutipan wawancara nya:

“Setiap setahun sekali Liveup Creative Photography melakukan acara Gatehering yang dilakukan dalam aktivitas berkumpul bersama dengan berwisata atau liburan dan membentuk kebersamaan tim. Tanpa melepas visi misi perusahaan, gathering menjadi aktivitas rutin untuk refreshing, mempererat hubungan, komunikasi antar karyawan ataupun lintas jabatan dan mendorong tumbuhnya inovasi dan inspirasi baru menuju kepentingan bersama. “(Key Informan)

“Sejak terbentuknya Liveup Creative Photography dan saya bergabung pada tahun 2018, hanya melakukan acara kumpul bersama di studio tiap akhir pekan. Namun, memasuki tahun ke-2 hingga tahun ini keluarga Liveup Creative Photography rutin melakukan perjalanan gathering.” (Informan 1)

Program acara khusus berupa *employee gathering* selain dapat menghilangkan rasa jenuh dalam bekerja, bagi para karyawan juga dapat menjadi kesempatan untuk mengkomunikasikan keluhan

kesah mereka, saran mauoun kritik. Tentunya dapat disampaikan lebih leluasa karena acara nya tidak bersifat formal. Dari acara ini masing – masing karyawan dari unit kerja yang berbeda juga dapat bertemu dan dapat memunculkan juga ide – ide baru yang akan berguna untuk pekerjaan. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Gathering menjadi salah satu rangkaian acara dan fasilitas yang diadakan oleh Liveup Creative Photography untuk memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berlibur dan menjadi pemicu meningkatkan motivasi kerja. Gatheting dapat dijadikan sebagai wadah bagi karyawan untuk memberikan masukan dan pendapat guna meningkatkan komunikasi yang baik..” (Key Informan)

“Jika dilihat dari aktivitas ini tentu saja tidak jauh dari kegiatan berkumpul. Acara gathering menjadi kesempatan bagi kami (para karyawan) untuk dapat menyampaikan saran dan kritik secara positif syang diharapkan memang mendorong tumbuhnya ide-ide baru menuju pencapaian visi misi dari liveup Creative Photography. Dari sini tercipta juga kerja sama tim yang solid.” (Informan 1)



Gambar 4. Acara employee gathering Liveup Cretaive Photography

Sumber: Instagram/@LiveupBoys

Acara *gathering* juga dapat menjadi wadah diskusi antara pimpinan dengan karyawan, dengan begitu, karyawan tidak hanya dapat jalan – jalan santai untuk menghilangkan kejenuhan dalam bekerja, tetapi juga dapat berkomunikasi dengan pimpinan maupun dengan sesama karyawan lebih santai dan terbuka, karena situasi saat *gathering* tentu berbeda dengan situasi formal saat rapat di kantor. Berikut ini hasil wawancaranya:

“Terbukanya diskusi dalam gathering ini dapat membangun motivasi kerja kami untuk semakin maju di dunia photography. Pengaruh kegiatan ini dapat dirasakan oleh kami untuk menghilangkan penat sejenak untuk nantinya tenang dan siap saat Kembali beraktivitas. Selain itu, rasa cinta kami kepada perusahaan menjadi motivasi diri yang selalu tertanam untuk menghasilkan kinerja lebih baik dan professional. Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, suasana nyaman dan tenang ini dapat menemukan inspirasi baru bagi Liveup karna diskusi bersifat kekeluargaan” (Informan 1)

Selain acara *employee gatherting*, Liveup Creative Photography juga mengadakan program acara khusus seperti selebrasi karyawan yang berulang tahun dan juga rutin setahun sekali mengadakan acara buka puasa bersama. Acara ini bertujuan untuk mengapresiasi karyawan, sehingga jika karyawan merasa dianggap dan dihargai tentunya akan lebih termotivasi dalam bekerja. Berikut ini kutipan wawancaranya:

“Di Liveup sendiri, selain mengadakan acara gathering untuk terus memotivasi dan mendukung motivasi kerja karyawan. Liveup Creative Photography juga mengadakan acara makan –

makan setiap sebulan sekali, selain itu juga selebrasi untuk karyawan yang sedang berulang tahun dan acara buka bersama yang diadakan setiap setahun sekali.”(Key Informan)



Gambar 5. Acara *surpsise* ulang tahun untuk karyawan
Sumber : Instagram/@LiveupBoys



Gambar 6. Acara makan bersama dengan karyawan
Sumber : Instagram/@LiveupBoys

Dukungan untuk meningkatkan motivasi kerja melalui kegiatan program khusus tidak cukup jika hanya dilakukan dengan acara *gathering*. Namun, kegiatan pendukung lainnya juga dibutuhkan dengan tujuan menyatukan kebersamaan yang memberikan dampak positif juga bagi perusahaan untuk kedepannya.

Acara memberi kejutan untuk karyawan yang berulang tahun tersebut atau acara makan bersama, dapat memberikan kesan tersendiri bagi karyawan, karena dalam acara ini ada unsur kebersamaan, perhatian dan peduli pada sesama karyawan dan juga dari pimpinan. Rasa dimengerti, dihargai dan tentunya keberadaanya dianggap ada, hal ini lah yang dapat memberikan semangat dalam bekerja.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa komunikasi internal yang diterapkan di perusahaan Liveup Cretaive Photography bermanfaat dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Upaya komunikasi internal itu sendiri dalam bentuk pemberian pelatihan bagi karyawan baik yang junior maupun yang senior. Selain itu ada kegiatan *employee gathering*, yaitu jalan – jalan bersama karyawan di mana acara ini bersifat tidak formal dan dapat meminimalisir kejenuhan dalam bekerja, selanjutnya ada acara pemberian penghargaan bagi karyawan, pemberian kejutan ulang tahun dan acara makan bersama dengan karyawan.

Beragam kegiatan tersebut terdapat unsur komunikasi internal di dalam nya. Komunikasi internal merupakan komunikasi yang berlangsung di perusahaan dimana komunikator dan komunikannya adalah karyawan. Dalam hal ini bisa berlangsung antara pimpinan dengan karyawan, pimpinan dengan pimpinan maupun antar karyawan dalam satu ataupun berbeda unit kerja. Tujuan dari komunikasi internal seperti di Liveup Creative Photography adalah meningkatkan motivasi kerja karyawan, karena di Liveup Photography karyawan perlu untuk senantiasa mengedepankan ide – ide kreatif mereka, bekerja dengan *deadline*, dan melayani klien dengan baik seperti memberikan penjelasan dengan bahasa yang mudah, artinya tidak terlalu teknis dengan menggunakan kata – kata yang umum digunakan dalam bidang photography, missal untuk menjelaskan teknik pengambilan gambar lebih mudah dengan istilah gambar diambil dengan sudut yang tampak luas dibanding menjelaskan ke klien dengan istilah *wide shot*.

Hal ini tentunya membuat karyawan yang bekerja di bidang fotografi, seperti Liveup Creative Photography perlu untuk selalu diberikan motivasi agar dapat bekerja dengan giat, semangat dan memilki karakter yang baik juga. Berikut ini ulasan mengenai kegiatan komunikasi internal di Liveup Creative Photography. Komunikasi internal dalam kegiatan pelatihan, yaitu karyawan memperoleh materi dari pembicara, karyawan pun dapat bertanya, berdiskusi untuk menambah keterampilan dan pengetahuan mereka. Ketika berdiskusi satu sama lain, baik pimpinan, pembicara maupun karyawan dapat mengkomunikasikan apa saja yang terkait kendala misalnya pada saat karyawan bertugas sebagai videographer, fotografer, apa saja kendala mereka ketika di lapangan terkait pengambilan gambar sampai pada editing dan saat berkomunikasi dengan klien. Dengan begitu, karyawan tidak perlu sungkan untuk menceritakan kekurangan mereka ketika bertugas, karena dalam pelatihan tersebut baik pimpinan maupun pembicara dengan senang hati memberikan solusi dan semangat bagi para karyawan yang hadir di pelatihan tersebut.

Dalam meningkatkan dan mengembangkan kinerja keterampilan karyawan diperlukan upaya melalui pendidikan dan pelatihan. Dengan adanya pendidikan dan pelatihan suatu perusahaan dapat mencapai harapan dan tujuan yang telah ditetapkan. Karyawan yang mempunyai keterampilan, jiwa profesionalisme, dan sikap tanggung jawab yang tinggi tentunya menjadi harapan dari setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Dalam mengikuti pendidikan dan pelatihan diharapkan karyawan dapat memenuhi standar kemampuan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam hal keterampilan, pengetahuan maupun sikap dan etika yang dapat ditingkatkan setelah mengikuti program pendidikan dan pelatihan tersebut.

Pada *Liveup Creative Photography* telah diimplementasikan program pendidikan dan pelatihan dengan tujuan meningkatkan motivasi kerja, kemampuan, pengetahuan, dan efektivitas dalam bekerja. Program ini dilakukan selama 2 tahun terakhir setiap 3 bulan sampai 6 bulan sekali yang disesuaikan dengan jadwal seluruh karyawan senior dan junior. Dengan diterapkannya program ini diharapkan karyawan dapat mengembangkan kemampuan dalam mengambil suatu objek gambar, mempelajari etika dan sikap kepada client, dan meningkatkan kreativitas.

Program ini dilakukan agar karyawan mampu mengembangkan dirinya masing-masing dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh *Liveup Creative Photography*. Dengan adanya program ini karyawan diharapkan juga mampu meningkatkan motivasi kerja karena *Liveup Creative Photography* telah memberikan wadah kepada seluruh karyawan untuk dapat mengembangkan diri. Hal tersebut juga didukung dengan faktor kemajuan teknologi dan digitalisasi yang menjadi motivasi untuk *Liveup Creative Photography* untuk terus berkembang dalam memberikan pelayanan jasa *photography* terbaik.

Setelah mengikuti program ini harapan serta capaian *Liveup Creative Photography* dalam meningkatkan motivasi kerja dan kemampuan karyawan mendapatkan dampak yang signifikan terutama karyawan termotivasi karena mendapatkan ilmu serta pengetahuan baru yang sulit untuk didapatkan jika hanya mempelajari materi.

Selanjutnya selain pelatihan, terdapat upaya komunikasi internal dalam bentuk pemberian penghargaan kepada karyawan. Penghargaan yang diberikan berupa *mystery box* yang di dalamnya terdapat hadiah bagi karyawan yang berprestasi. Prestasi dinilai berdasarkan kinerja karyawan. Dalam hal ini yang melakukan penilaian adalah pimpinan. Ukuran dalam memberikan penilaian antara lain: kedisiplinan, bagaimana karyawan memberikan ide – ide kreatif mereka, selain itu karyawan juga tidak bermasalah dengan karyawan lain, dapat bekerja dengan tepat waktu dan mampu berkomunikasi dengan baik yaitu ramah dan dapat memberikan penjelasan kepada klien tentang jasa layanan fotografi yang diinginkan atau diharapkan klien.

Penghargaan sebagai bentuk komunikasi internal karena dari pihak pimpinan dapat menyampaikan rasa apresiasi nya, rasa terimakasihnya kepada karyawan yang telah bekerja dengan baik dan pimpinan juga dapat menyampaikan harapan – harapan kedepannya agar karyawan semakin giat dan bersemangat dalam memajukan *Liveup Creative Photography*. Bagi para karyawan kegiatan pemberian penghargaan dapat meningkatkan motivasi kerja mereka, di moment penerimaan penghargaan, karyawan dapat turut menyampaikan apa yang mereka rasakan, seperti rasa bahagia dan bangga telah bekerja atau menjadi bagian dari *Liveup Creative Photography*.

Program penghargaan menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Penghargaan merupakan timbal balik yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan atas capaian target tahunan perusahaan, suatu kinerja karyawan dapat dinilai melalui kemampuan, kreativitas, kecakapan dan keterampilan. Dengan diimplementasikannya program penghargaan dapat

diharapkan karyawan bisa lebih nyaman dan senang dalam menjalankan pekerjaan. Dengan perasaan yang nyaman karyawan akan merasa termotivasi. Selain itu juga mampu meningkatkan hubungan antara pimpinan dengan karyawan,

Pada *Liveup Creative Photography* juga telah diimplementasikan program penghargaan kepada karyawan yang dapat mencapai target tahunan. Penghargaan tersebut diberikan kepada karyawan yang mampu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, selalu disiplin dan tanggung jawab atas pekerjaannya, menguasai kreativitas dalam menyusun undangan yang akan dipotret.

Program penghargaan ini berupa *surprise reward* yang diadakan secara dadakan ketika karyawan berhasil mencapai target tahunan. Terdapat 2 pilihan *Surprise reward* yang diberikan oleh *Liveup Creative Photography*, yaitu : pertama, *mysterious box* yang berisikan alat, aksesoris kamera, dan sebagainya. Kedua, agenda aktivitas di luar kantor, seperti voucher liburan atau voucher belanja. Selanjutnya, program ini sudah dijalankan selama 2 tahun setiap akhir bulan. Sejalan dengan diimplementasikannya program ini, karyawan lebih termotivasi dan terus berkompetisi untuk mencapai target masing-masing.

Upaya komunikasi internal untuk memberikan motivasi kepada karyawan di *Liveup Creative Photography* berikutnya adalah adanya acara berwisata bersama karyawan, secara rutin setiap tahun dilakukan, agar para karyawan dapat lebih berkomunikasi dengan leluasa baik komunikasi dengan pimpinan maupun antar karyawan. Komunikasi yang dilakukan dengan santai di acara gathering bersama karyawan, dapat membuat karyawan merasa terbuka dalam memberikan saran, kritik serta ide – ide kreatif mereka.

Untuk acara ulang tahun karyawan, yaitu pimpinan bersama karyawan lainnya memberikan kejutan, makan bersama. Komunikasi dalam acara ini juga bersifat non formal, pimpinan dengan karyawan dapat lebih akrab, seperti teman sehingga keluhan kesah apapun yang dirasakan oleh karyawan dapat tersampaikan. Para karyawan pun dapat dengan tenang menjalani pekerjaan mereka dan merasa aman dalam menyampaikan pendapat. Selain itu karyawan merasa keberadaannya dihargai, pendapatnya didengarkan.

Komunikasi internal yang baik memerlukan komunikasi yang efisien antara karyawan dengan karyawan, maupun karyawan dengan pimpinan. Oleh sebab itu, komunikasi internal dapat diupayakan dalam berbagai bentuk, selain dialog antara sesama karyawan atau pimpinan dengan karyawan, agar tujuan perusahaan dapat tercapai, memotivasi perbaikan organisasi untuk kedepannya. (Arung 2022) . Demikian hal nya pada perusahaan *Liveup Creative Photography*, komunikasi internal terjadi secara dua arah antara sesama karyawan dan pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya. Komunikasi yang berlangsung dapat memotivasi para karyawan karena tidak hanya dalam suasana formal tetapi juga non formal, beragam nya kegiatan komunikasi internal di *Liveup Creative Photography* seperti pelatihan, *employee gathering*, penghargaan untuk karyawan mampu menjadikan komunikasi internal berjalan maksimal.

Komunikasi internal dapat menjadi digunakan untuk menyampaikan informasi, menjaga hubungan antara seluruh anggota di dalam organisasi, selain itu dapat meminimalisir kesalah pahaman yang bisa saja terjadi di dalam organisasi, serta berguna untuk menyampaikan aspirasi ataupun keinginan anggota organisasi kepada organisasi tersebut. (Agustini 2018). Begitupun pada perusahaan *Liveup Creative Photography*, komunikasi internal dapat membangun kesepahaman antara karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan pimpinan, selain untuk memberikan informasi tentang perkembangan perusahaan, serta target – target apa saja yang harus dicapai, komunikasi internal juga

membantu para karyawan menyampaikan pendapat mereka, sehingga karyawan dapat semakin termotivasi dalam bekerja.

SIMPULAN

Liveup Creative Photography menerapkan komunikasi internal dengan beragam bentuk kegiatan, di antaranya seperti mengadakan pelatihan bagi karyawan, memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, membuat acara jalan – jalan bersama karyawan atau yang disebut sebagai *employee gathering*, dan mengadakan acara makan bersama bahkan memberi kejutan untuk karyawan yang berulang tahun.

Upaya komunikasi internal ini ditujukan untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja. Tuntutan pekerjaan seperti *deadline*, melayani pelanggan sepenuh hati dengan ramah dan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti oleh pelanggan, serta mampu memberikan ide – ide kreatif dalam membuat karya video dan foto, menjadikan karyawan perlu terus diberikan motivasi agar semangat kerja mereka tidak menurun.

Beragamnya kegiatan komunikasi internal yang ada di Liveup Creative Photography telah mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan. Karyawan merasa kebutuhan nya terpenuhi, seperti keberadaanya dianggap atau dihormati dan dihargai, diberikan kesempatan menyampaikan ide – ide kreatif nya tanpa ada rasa takut, karyawan juga dapat secara terbuka menyampaikan pendapat, pandangan serta keluhan, saran maupun kritik.

Komunikasi internal yang lebih bersifat dua arah, antara pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya dan antara sesama karyawan, mampu menciptakan hubungan yang harmonis sehingga selain termotivasi, karyawan juga setia pada Liveup Creative Photography. Komunikasi internal tidak hanya berlangsung formal tetapi juga non formal, komunikasi tersebut mampu menciptakan rasa kebersamaan pada karyawan, rasa memiliki tanggung jawab yang besar pada perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi internal yang berhasil di Liveup Creative Photography juga berpotensi diterapkan pada perusahaan – perusahaan kecil menengah lain dalam industri kreatif untuk meningkatkan motivasi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi: Proses & Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Agustini, Nur Annisa; Ninuk Purnaningsih. 2018. “Pengaruh Komunikasi Internal Dalam Membangun Budaya Organisasi.” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16(1): 89–108. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25198>.
- Ahyar, Hardani; et.all. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Akhmad, Bachrudin Ali. 2022. *Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arung, Abner Lumika; Wulan Purnama Sari. 2022. “Analisis Komunikasi Internal Dalam Membangun Kinerja Yang Baik.” *Kiwari* 1(2): 350–55.
- Asyifa, N. 2016. “Implementasi Komunikasi Internal Dalam Membangun Loyalitas Karyawan.” *Jurnal WACANA* 15(1): 22–44. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/38>.

- Batubara, Soultan S. 2020. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Departemen Pengadaan PT INALUM (Persero)." *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)* 3(1): 40–58. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/LIAB/article/view/4581/0>.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fabiana Meijon Fadul. 2019. "Analisis Motivasi Dan Kompensasi Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Karyawan Afmun Photography Banjarmasin." *Analisis Motivasi Dan Kompensasi Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Karyawan Afmun Photography Banjarmasin*: 1–13.
- Fauziah, Hujaimatul, Maristiana Ayu, and Ridho Try Syahpitra. 2020. "Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Plaza Foto Di Bandar Lampung." *EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 5: 53–62.
- Hamzah, Amir. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Rekontruksi Pemikiran Dasar Serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial Humaniora*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hasibuan. 2014. *Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Edisi Revi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasugian, Martha. 2017. "Upaya Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakitjiwa Daerah Atma Husada Mahakam." *E-Journal Ilmu Komunikasi* 5(4): 13–25. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/10/Jurnal Martha \(2\) \(10-13-17-11-34-37\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/10/Jurnal Martha (2) (10-13-17-11-34-37).pdf).
- Khusnul, Wardan. 2020. *Kerja Guru Dalam Pembelajaran*. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Komara, Omay Mandra, Sukomo, and Kasman. 2019. "Studi Pada PT.Bineatama Kayone Lestari Tasikmalaya." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1(2): 174–88.
- Kriyantono, Rachmat. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenada Media Group.
- Lexy, J. Moleong. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mohtar, Imam. 2019. *Hubungan Antara Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Dengan Kinerja Guru Madrasah*. Ponorogo Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. 2015. *Perilaku Organisasi : Organizational Behavior*. 16th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarosa, Samiaji. 2017. *Penelitian Kualitatif: Dasar - Dasar*. 2nd ed. Jakarta: Indeks.
- Siregar, Robert Tua. 2021. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, AW. 2018. *Komunikasi Organisas*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suryani, Suryani, Melan Susanti, and Yuli Evadiani. 2022. "Upaya Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Agta Sinar Jaya Bandar Lampung." *Journal on Education* 5(1): 753–59.

Sutrisno, H.E. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group.

Widiana, K ; Ni Luh Sayang Telagawati. 2023. “Pengaruh Komunikasi Internal Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Kerja Anggota Polri Polsek Sawan.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 10(2): 560–93.
<https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/615>.