

**KEGIATAN INTERNAL PUBLIC RELATIONS
BERBASIS SPIRITUAL/KEAGAMAAN DALAM
MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN KARYAWAN**

DI PT. BAHAGIA IDKHO MANDIRI

SEPATAN TANGERANG

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan sebagai syarat pemenuhan nilai
Matakuliah Praktik Kerja Lapangan Program Studi
Strata-1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas INDONUSA Esa Unggul

Oleh

GOZALI RAHMAN

N.I.M : 200552099

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL
JAKARTA 2010**

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ILMU HUBUNGAN
MASYARAKAT**

**TANDA PERSETUJUAN LAPORAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Nama : Gozali Rahman

Nim : 200552099

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Judul : Kegiatan Internal Public Relation berbasis
Spiritual/Keagamaan dalam membina hubungan baik
dengan karyawan di PT. BIM Sepatan Tangerang

Jakarta, Februari 2010

Ketua Bidang Konsentrasi

Dosen Pembimbing,

(.....)
Halomoan Harahap M. Si

(.....)
Sumartono M.Si

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ILMU HUBUNGAN
MASYARAKAT**

**TANDA PENGESAHAN SIDANG
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Telah Diuji di Jakarta, 20 Februari 2010

Dinyatakan : (Lulus/Tidak Lulus)

Nama : Gozali Rahman

N.I.M : 200552099

Judul : Kegiatan Internal Public Relation berbasis
Spiritual/Keagamaan dalam membina hubungan baik
dengan karyawan di PT. BIM Sepatan Tangerang

Sidang Penguji,

Penguji I

Penguji II

(.....)
Halomoan Harahap M. Si

(.....)
Sumartono M.Si

ABSTRAK

Nama/NIM : Gozali Rahman/200552099.

Judul : Kegiatan Internal Public Relations berbasis keagamaan/spiritual di PT Bahagia Idkho Mandiri Tangerang

Jumlah Halaman : viii; 46; 4 Tabel; 2 Bagan; 2 Gambar

Kata Kunci : *Public Relation, Internal Public Relations, Berbasis Keagamaan/Spiritual*

Daftar Pustaka : 12 Judul 1999 – 2009

Sumber Lain : 3 website

Karya tulis ini dimaksudkan sebagai laporan atas Kuliah Kerja Praktek (KKP) yang penulis lakukan di PT Bahagia Idkho Mandiri Tangerang dari 1 November hingga 1 Desember 2009, yakni mengenai pembahasan kegiatan Internal Public Relations berbasis Keagamaan/Spiritual di PT Bahagia Idkho Mandiri Tangerang.

Laporan ini membahas apa yang penulis lakukan selama melakukan Kuliah Kerja Praktek, yakni rangkaian kegiatan internal public relations berbasis keagamaan di PT BIM serta aktivitas yang menulis lakukan selama KKP.

Berdasarkan apa yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagaimana diketahui bahwa sebuah kegiatan humas akan berjalan baik dan berkesinambungan jika dihubungkan dengan situasi kondisi lingkungan yang menjadi khalayak sasaran kegiatannya dalam hal ini karyawan PT. BIM yang notabene beragama Islam. Artinya Humas harus mampu menjembatani keinginan (baca; kegiatan) perusahaan yang ingin membangun hubungan baik dengan karyawan, serta kejelian Humas dalam memahami kebutuhan karyawan sehingga keinginan perusahaan dan kebutuhan karyawan dapat disinergikan menjadi sebuah kegiatan yang membumi dan memperhatikan kecenderungan masing-masing khalayak. Dan semua hal tersebut ditunjang oleh kemauan Humas melihat, mendengar dan bergerak cepat serta menciptakan kreatifitas kerja.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T yang telah memberikan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Praktik (KKP) ini. Sholawat & Salam terucap untuk Sang Nabi akhir Zaman, Muhammad S.A.W yang hidupnya selalu menginspirasi setiap orang untuk komitmen dalam rutinitas kebaikan.

Laporan KKP ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang kegiatan Internal Public Relations “Berbasis Keagamaan/Spiritual” di PT. Bahagia Idkho Mandiri Tangerang. Laporan KKP ini merupakan salah satu persyaratan untuk memenuhi nilai Mata Kuliah Kerja Praktek serta merupakan penerapan ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan yang penulis peroleh dalam perkuliahan.

Penulis menyadari banyak mendapat bantuan materil dan moril dari berbagai pihak. Karena itu, penulis perlu menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ayahanda H. Romli & Ibunda Hj. Asiyah serta Ibunda H. Khatijah, Orangtua penulis yang terus mendoakan agar sukses dalam perkuliahan.
2. Bapak Dr. Indrawadi Tamin, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonusa Esa Unggul yang telah membantu dalam proses manajemen perkuliahan.
3. Bapak Drs. Halomoan Harahap, M.Si, selaku ketua Bidang Konsentrasi yang telah memberikan masukan dan banyak informasi kepada penulis.

4. Bapak Drs. Sumartono M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mendukung dan memberi banyak masukan dengan penuh perhatian, pengertian dan kesabaran kepada penulis.
5. Bpk. H. Nurdin MS SE selaku Manager Personalia PT. BIM atas perhatian dan pengertiannya selama penulis melaksanakan tugas penulisan Laporan Kuliah Kerja Praktek.
6. Bpk. H. Sabila Ma'ruf, Bapak Eman Sulaiman dan Bapak Ahmad Safiq selaku Kepala-kepala Sub. Divisi HRD/PERSONALIA PT. BIM yang memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan sebagai referensi kegiatan yang menjadi fokus KKP.
7. Bpk. Muhammad Nur selaku Staf Administrasi Personalia PT. BIM dukungannya baik materil maupun moril.
8. Keluarga Besar Bani Idrus serta Bahagia Group atas pengertian dan dukungan sepenuhnya.
9. Istri, Siti Alawiyah Idrus yang selalu mendukung, serta Buah Hati ; Fikra, Miqdad, Amira & Rakan yang sudah memberikan kasih sayang yang tulus serta keridhoan berbagi waktu di hari libur sebagai tugas seorang Ayah, untuk masa-masa kuliah penulis. Juga buat para khodimat ; Bu Muslimah, Fathonah, Aisyah & Enah yang selalu memberikan semangat juga dukungan doa.

Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 27 Januari 2010

Gozali Rahman

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
.....
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Tujuan Kuliah Kerja Praktik.....	4
I.3. Manfaat Kuliah Kerja Praktik.....	4
I.4. Lokasi dan Waktu Pelaksanaa Kuliah Kerja Praktik.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
II.1. Definisi, Tugas & Peran Public Relations.....	6
II.1.1. Definisi Public Relations.....	6
II.1.2. Tugas & Peran Public Relations.....	7
II.2. Internal Public Relations.....	10
II.2.1. Membangun Komunikasi Internal Perusahaan.....	11
II.3. Perencanaan Kegiatan Humas.....	17
II.3.1. Proses Perencanaan Kegiatan Humas.....	18
II.4. Gambaran Umum Program membangun hubungan baik di PT Bahagia Idkho Mandiri.....	20
II.4.1. Berbasis Keagamaan/Spiritual.....	24
BAB III GAMBARAN UMUM.....	26
III.1. Gambaran Singkat PT Bahagia Idkho Mandiri.....	26
III.2. Gambaran Singkat Divisi HRD PT BIM.....	28
III.2.1. Struktur & Ruang Lingkup Divisi HRD/PERSONALIA.....	29
BAB IV PEMBAHASAN PRAKTIK KERJA.....	32
IV.1. Kegiatan Internal Public Relations Berbasis Keagamaan/Spiritual....	32
IV.1.1 Do'a Bersama & Tatap Muka.....	32
IV.1.2. Sholat Berjama'ah.....	36
IV.1.3. Majelis Taklim Rutin Karyawan.....	38
IV.2. Ruang Lingkup & Aktivitas Kegiatan KKP.....	40
IV.3 Proses Internal PR berbasis keagamaan di PT BIM.....	43
IV.4. Kelebihan & Kekurangan Internal PR berbasis Keagamaan.....	44

BAB V PENUTUP

V.1. Kesimpulan.....	47
V.2. Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1	: Surat Keterangan Kuliah Kerja Praktik
Lampiran-2	: Teks Pimpinan Do'a Bersama
Lampiran-3	: Teks Istighfar
Lampiran-4	: Teks Asmaul Husna
Lampiran-5	: Dokumentasi Majelis Taklim
Lampiran-6	: Jadwal Petugas Sholat Berjama'ah
Lampiran-7	: Jadwal Petugas Pimpinan Do'a
Lampiran-8	: Jadwal Petugas Do'a Bersama
Lampiran-9	: Yel-Yel PT. Bim
Lampiran-10	: Desain Produk Roll On Deodorant MBK
Lampiran-11	: Desain Spanduk Mudik Bersama

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tahap-tahap Perencanaan Kegiatan Humas.....	19
Tabel 2. Rundown Do'a Bersama.....	35
Tabel 3. Rundown Sholat Berjama'ah.....	37
Tabel 4. Rundown Kegiatan Majelis Taklim.....	39

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur Manajemen Kegiatan Humas PT. Bim.....	31
Bagan 2. Proses Internal Public Relations Berbasis Keagamaan/Spiritual Di PT. Bim.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Perusahaan.....	27
Gambar 2. Logo produk.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan kunci keberhasilan berinteraksi dalam suatu organisasi, karenanya arus komunikasi antara atasan, bawahan, dan sesama rekan sekerja bahkan dengan pihak lain yang terkait dalam kegiatan suatu pekerjaan akan sangat berdampak pada kinerja semua unsur yang ada dalam organisasi tersebut. Oleh karena itu siapapun yang ada dalam organisasi harus menyadari dan memahami pentingnya komunikasi yang baik dalam menjalin hubungan yang sehat di lingkungannya beraktifitas.

Sejalan dengan hal di atas, komunikasi pun dituntut untuk lebih maju lagi. Perkembangan dalam ranah komunikasi mendorong lahirnya public relations atau humas, yang titik pusat kegiatannya pada lahirnya hubungan yang baik dari sebuah proses komunikasi. Public Relations/Humas yang mulanya merupakan kegiatan tanpa disadari, kini sudah menjadi profesi serta menjadi ilmu pengetahuan yang diteliti dan dikaji secara khusus.

Kontribusi dan peran humas diantaranya adalah membina hubungan baik dan harmonis antara organisasi dengan publiknya. Publik dapat diartikan sebagai *public internal* yaitu publik yang menjadi bagian dari organisasi itu sendiri. Sedangkan *public external* adalah publik umum yakni masyarakat.

Dalam organisasi perusahaan misalnya, hubungan majikan dengan buruh dituntut harmonis dan terjalin dengan baik untuk menjaga stabilitas sebuah

industri. Hubungan yang tidak harmonis antara kedua elemen industri tersebut berakibat pada kerugian besar di pihak perusahaan yang bagi para buruh biasanya berakibat pada PHK besar-besaran serta kerugian material lainnya. Oleh karena itu hubungan yang baik perusahaan dengan publiknya dalam hal ini para buruh atau pekerja menjadi sebuah orientasi perusahaan yang tidak boleh dikesampingkan.

Dengan demikian, terasa adanya kebutuhan akan suatu badan khusus yang bergerak di bidang komunikasi antara majikan, buruh, dan publik. Komunikasi yang menghubungkan para industrialis atau pengusaha-pengusaha sebagai majikan (pimpinan) dengan buruh sebagai pelaksana atau pekerja (bawahan) dan publik sebagai konsumen (pemakai hasil produksi). Diperlukan badan penghubung yang khusus meneliti serta menyalurkan keinginan majikan dan buruhnya serta selera publik terhadap hasil produksi perusahaannya. (Kustadi Suhandang;2004;23)

Sebagaimana dikatakan Jhon E. Marston seperti dikutip oleh Silih Agung Wasesa, dalam bukunya *Strategi Public Relations* bahwa “*Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public*”, yang maksudnya Public Relations adalah kegiatan komunikasi yang terencana dan persuasif untuk mendesain publik-publik yang nyata. Atau dalam kata lain Marston menyatakan bahwa Public Relations atau Humas adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya

PT. Bahagia Idkho Mandiri (PT BIM) sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri komestik juga memahami arti penting terjadinya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan karyawan, maka ditumbuhkembangkanlah kegiatan-kegiatan yang bertujuan terbinanya hubungan baik, baik yang terjalin antara perusahaan dengan karyawan ataupun antar karyawan itu sendiri, yang tidak lain harapannya adalah agar terciptanya hubungan komunikasi yang mendukung pelaksanaan visi dan misi perusahaan terutama berjalannya roda usaha yang menjadi kegiatan rutin perusahaan. Dalam hal ini PT BIM menggunakan pendekatan keagamaan atau dapat juga disebut spiritual dalam kegiatan membangun hubungan baik dengan para karyawannya yang notabene seluruhnya beragama Islam.

Kegiatan-kegiatan yang diadakan khususnya dalam rangka membangun hubungan baik antara perusahaan dengan karyawan dengan tujuan terjalinnya komunikasi yang baik antara keduanya sehingga diharapkan menjadi investasi relasi yang pada saat-saat tertentu dapat menjadi modal dalam menyelesaikan persoalan-persoalan perusahaan di masa datang dan tentunya kegiatan tersebut dilakukan agar terjadi simbiosis mutualisme antara karyawan dan perusahaan serta tercipta loyalitas para karyawan. Dalam kaitan ini penulis menyebutnya dengan istilah kegiatan internal Public Relations/Humas berbasis Keagamaan/Spiritual.

Penulis mengangkat topik kegiatan Internal Public Relations/Humas PT Bahagia Idkho Mandiri berbasis keagamaan dalam membina hubungan baik dengan karyawannya, artinya kegiatan-kegiatan tersebut –berbasis keagamaan/spiritual- dilaksanakan sehingga perusahaan menerjemahkannya

dalam bentuk acara yang kemudian diprogramkan secara rutin dan berkesinambungan.

I.2. Tujuan Kuliah kerja praktek

Sebagaimana disebutkan dalam latar belakang, tujuan kuliah kerja praktek ini diharapkan penulis dapat mengetahui kegiatan Internal Public Relations/Humas berbasis keagamaan/spiritual yang dilakukan di PT Bahagia Idkho Mandiri dalam membangun hubungan baik dengan karyawannya..

I.3. Manfaat Kuliah Kerja Praktek

I.3.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis kuliah kerja praktek diantaranya adalah dapat meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan mengenai fungsi, peranan dan kegiatan serta aktivitas kehumasan sebagai bagian dari fungsi manajemen dan sebagai penunjang fungsi kehumasan. Selain itu, juga sebagai bekal untuk menjadi seorang humas / PR yang profesional dalam bidang kehumasan. Terkait juga dengan hal-hal unik yang dapat dilakukan sebagai variasi strategi kegiatan kehumasan.

I.3. 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari kuliah kerja praktek adalah memberikan masukan kepada penulis untuk mengerjakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepada organisasi/tempat penulis bekerja nantinya, sesuai dengan ilmu yang didapat secara akademis dan di aplikasikan sesuai dengan teori kehumasan. Sehingga

dapat membantu penulis memahami hubungan teori-teori kehumasan dengan praktek kerja di lapangan. Serta tentunya membuat kegiatan kehumasan yang sejalan dengan karakteristik publik yang menjadi khalayaknya agar peluang keberhasilan program tidak hanya berhasil namun bermakna dengan kepentingan khalayak.

I.4. Lokasi dan Waktu Pelaksana Kuliah Kerja Praktek

I.4.1. Lokasi

Lokasi tempat penulis melakukan kegiatan kerja praktek (KKP) adalah :

PT BAHAGIA IDKHO MANDIRI

Kawasan Industri Mekar Jaya

Jl. Raya Mauk KM 7 No.1 Tangerang – Banten 15520

Phone : (021) 5937 1855 Fax : (021) 5937 1730

Email : mbkcs@b-mbk.com

Web-site : www.b-mbk.com

I.4.2. Waktu

Penulis melakukan praktek kerja lapangan mulai tanggal 1 November 2009 s.d. 1 Desember 2009 dengan waktu dari pkl. 07.45 wib s.d. 15.30 wib. Untuk melengkapi data, penulis mendapatkan data dan keterangan dari pihak perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Definisi, Tugas & Peran Public Relations/Humas

II.1.1. Definisi Public Relations/Humas

Konsep Public Relations/Humas menurut Cutlip & Center dalam bukunya *Effective Public Relations* seperti dikutip oleh Kustadi Suhandang adalah suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya dan pengkomunikasian informasi, gagasan-gagasan serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga tadi dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu persesuaian yang harmonis dari lembaga itu dengan masyarakatnya.

(Kustadi Suhandang;2004;45)

“Adapun menurut Public Relations News seperti dikutip dari www.yuwie.com (Canfield;1964;4) *“Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance”* , artinya Public Relations adalah fungsi manajemen dimana manajemen mengevaluasi perilaku masyarakat, mengidentifikasi dan mencari tahu minat masyarakat kemudian menyusun program dan melaksanakannya untuk menciptakan pengertian di masyarakat.”

Sementara itu, The British Institute of Public Relations mendefinisikan humas sebagai ; *an effort to establish and maintain mutual understanding between organization and its public* atau upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

(Morissan;2006;6)

“Cutlip-Center-Broom seperti dikutip Morissan mendefinisikan Humas sebagai *the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way communications*, yang artinya sebuah usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggungjawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Adapun Majelis Humas dunia (World Assembly of Public Relations) mendefinisikan humas sebagai berikut ;.....Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya.” (2006;7)

II.1.2. Tugas & Peran Public Relations/Humas dalam Organisasi

Tugas/Peran atau Fungsi Humas pada perusahaan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu;

1. Membangun bagian atau departemen humas sendiri yang menjadi bagian dari manajemen perusahaan.
2. Menyewa konsultan humas (eksternal) untuk melaksanakan fungsi kehumasan di perusahaan bersangkutan. (Morissan; 2006;70)

Glenn dan Denny Griswold di dalam bukunya *Your Public Relations* menyatakan PR merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur (tata laksana) seseorang atau suatu organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik.(Kustadi Suhandang;2004;45)

Pengertian organisasi menurut Thomas J. Atchison dan Wiston adalah sistem yang dipolakan orang untuk melaksanakan tujuan atau untuk mencapai sasaran. Dan organisasi adalah sistem dari kegiatan manusia yang saling berkerjasama. Di samping itu, peranan komunikasi dalam manajemen dewasa ini

berada di tingkat penting dalam terciptanya hubungan komunikasi antara manajemen dan para karyawannya, antara pimpinan manajemen dengan pemilik perusahaan dan sebaliknya..... (Rosady Ruslan;2007;26)

Praktek PR menuntut kepekaan terhadap setiap kecenderungan dan peristiwa. Sebab praktek demikian harus mampu menarik perhatian orang-orang yang bertipe ekstrover yang cenderung melihat keluar dari dirinya sendiri, selain itu ia harus mampu dan bersedia menerima pandangan-pandangan orang lain. Praktek public relations menuntut keberanian untuk mendengar, sabar dan mau menerima. Pada dasarnya tugas PR lebih dari sekedar menghubungi editor dan bergegas mengeluarkan pernyataan atau berita. (Coulin Coulson-Thomas; Lucas Ginting;2005;4)

PR atau Humas akan berperan sebagai penunjang manajemen, aktivitas organisasi dan demi tercapainya tujuan bersama dalam organisasi. Adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

a. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.

b. Membina hubungan keluar (*public external*)

Publik yang berada di luar organisasi atau masyarakat umum.

Dengan demikian, seperti dijelaskan di atas, peran Humas/PR tersebut bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (*inward looking*) dan keluar

(*outward looking*). Dalam bukunya Rosady Ruslan mengutip pendapat H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran PR adalah sebagai berikut :

- Membangun identitas perusahaan & citra perusahaan (*building corporate identity and image*)
- Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif
- Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak. (2007;23)

Menurut Dominick dalam buku Morissan disebutkan beberapa cakupan PR atau Humas ;

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik; praktisi humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.
2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi; praktisi humas bertanggungjawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan.
3. Humas merupakan fungsi manajemen; humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah (2006;8)

II.2. Internal Public Relations/Humas

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa salah satu khalayak Public Relations/Humas adalah publik di dalam organisasi itu sendiri atau yang kita sebut dengan Internal Public Relations/Humas. Tujuan kegiatan PR dalam aspek ini adalah menjaga kondisi hubungan diantara perusahaan dengan karyawan atau antar para karyawan di dalam badan atau perusahaan, menciptakan komunikasi efektif, keserasian hubungan antara pimpinan dan bawahan, baik secara horisontal maupun vertikal, sehingga dapat memperkuat tim kerja perusahaan dan mencapai kondusifitas industri perusahaan secara maksimal.

Internal Public Relations juga harus melakukan upaya-upaya komunikasi untuk dapat memecahkan permasalahan dalam lingkungan internal perusahaan, seperti bagaimana memelihara hubungan baik antara pimpinan dengan bawahan serta antara buruh dengan pegawainya dengan rekan-rekan sekerja, mempertinggi produktivitas sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan, menggerakkan para pegawai agar memberikan pelayanan maksimal kepada publik, mengadakan komunikasi teratur dan tepat guna dalam perusahaan secara vertikal dan horisontal, mempertinggi kecakapan dan pengetahuan SDM perusahaan, memberikan hiburan dan kesempatan bersantai bagi pegawai, meningkatkan kebersihan, ketertiban, serta keindahan perusahaan dan lingkungannya, mengintegrasikan keluarga pegawai ke dalam kehidupan perusahaan, memelihara kesejahteraan pegawai atas usaha sendiri. Dalam hal pelaksanaan tergantung pada besar kecil perusahaan serta skala prioritas. (Kustadi Suhandang;2004;78)

II.2.1. Membangun Komunikasi Internal Perusahaan

Onong Uchjana mengutip pendapat Carl I. Hovland yang mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Serta mengutip juga paradigma Harold Laswell dalam bukunya *The Structure And Function Of Communication Society* yang menyatakan bahwa cara yang baik dalam memahami komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*. Pertanyaan tersebut memetakan komunikasi dalam lima unsur yang diurai sebagai berikut, yaitu : (2004;10)

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*coomunicant, communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Artinya berdasar dari uraian di atas Laswell ingin mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi menurut sekelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi, menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan , yaitu :

1. Membangun hubungan antar sesama manusia.

2. Melalui pertukaran informasi .
3. Untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain.
4. Serta berusaha mengubah sikap & tingkah laku seseorang. (Hafied Canggara; 2002;18-19)

Dalam buku yang sama Hafied Canggara mengutip pendapat EveretT M. Rogers yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini dikembangkan oleh Rogers & D. Lawrence Kincaid (1981) dengan melahirkan definisi baru yang menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Artinya Komunikasi merupakan basis untuk mengadakan kerjasama, interaksi dan menebarkan pengaruh (dalam manajemen organisasi), misalnya dalam hal berikut :

1. Pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diterima dengan akurat serta jelas sumber-sumbernya.
2. Menyampaikan informasi yang diperlukan untuk pengambil keputusan, misalnya untuk meminta persetujuan atasan dalam pelaksanaannya.
3. Memegang peranan penting dalam proses pengawasan sebab kalau informasi yang diterimanya tidak akurat maka fungsi pengawasan tidak dapat dilaksanakan secara tepat dan realistis.

4. Untuk menetapkan sasaran dan tujuan, yaitu perlunya kesatuan pendapat atau konsesus bersama, baik secara individual maupun untuk pencapaian sasaran dan tujuan utama perusahaan atau organisasi. (Rosady Ruslan;2007;115)

Komunikasi yang dilakukan oleh PR haruslah berjalan dalam bingkai *two way communication* atau komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah yang baik antara manajemen dan karyawan didasarkan pada asas-asas sebagai berikut (Frazier Moore; 2005;350) :

- Manajemen harus bersedia secara sadar memberikan informasi kepada karyawannya.
- Komunikasi harus berfungsi sebagai suatu sistem yang lengkap antara manajemen dan karyawan.
- Pesan tertulis harus digunakan untuk menghindari penyimpangan arti yang mungkin terjadi dalam komunikasi lisan.
- Pesan harus disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang lazim yang sesuai dengan tingkat pendidikan karyawan.
- Media komunikasi harus dipilih dan pesan harus disiapkan oleh komunikator yang berpengalaman.
- Komunikasi jangan secara sengaja disalahgunakan atau disesatkan tetapi harus faktual, saksama, dan tidak memihak.
- Informasi harus diberikan tepat pada waktunya dan pesan harus disampaikan dengan cepat untuk menghindari kesalahpahaman.
- Pengulangan adalah penting dalam komunikasi karyawan yang baik.

- Informasi harus dikomunikasikan dalam jumlah yang kecil agar mudah dipahami.
- Tanggungjawab terhadap komunikasi karyawan yang bersifat formal harus diserahkan kepada staf Humas.

“Tugas PR dalam sebuah perusahaan adalah menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan melalui saluran-saluran komunikasi yang ada. Perlu diingat bahwa menjaga reputasi perusahaan tidak lebih mudah dibandingkan dengan membangun reputasi itu sendiri.... (Fariani & Widodo Aryanto;2009;31)

PR memegang peranan penting dalam mengelola komunikasi dalam perusahaan agar senantiasa terjalin dengan baik. Berikut adalah beberapa kiat praktis yang dapat dilakukan PR untuk mewujudkan komunikasi yang baik dalam internal perusahaan :

1. Bangun Saluran komunikasi dalam segala bentuk dan cara; email, SMS, majalah dinding, spanduk dan brosur.
2. Promosikan saluran komunikasi yang ada; dikenal dan diketahui oleh karyawan
3. Jadikan Saluran komunikasi perusahaan sebagai sumber informasi resmi; mampu menampung aspirasi karyawan, mengakomodir kepentingan serta menjadi sumber aneka informasi yang diinginkan karyawan.
4. Bertindak cepat menanggapi setiap informasi; cepat merespon setiap informasi yang berkembang dengan cepat.
5. Berkreasi dengan informasi; menyampaikan informasi-informasi tentang hal-hal di luar perusahaan yang berkaitan dengan pekerjaan. Seperti kiat karir sukses, manajemen populer, seni berkomunikasi dan lain-lain.

6. Profesional PR bertugas untuk mengelola komunikasi; mengarahkan komunikasi ke arah yang bermanfaat untuk perusahaan & karyawan sesuai yang diinginkan.(Fariani, & Widodo Aryanto;2009;19)

Kustadi Suhandang dalam bukunya menyatakan bahwa setiap anggota dari badan atau perusahaan itu, dari tingkat pimpinan sampai pesuruh, merupakan *Public Relations Officer* yang tidak resmi. Dimana segala perilaku mereka mendapat sorotan dari publik dan dapat mempengaruhi nama baik perusahaan. Keluarga karyawan juga mempunyai andil besar dalam menciptakan hubungan baik. Karena ketentraman keluarga akan berpengaruh pada ketentraman bekerja pegawai. Usaha yang bisa ditempuh *Internal Public Relations* yaitu : (2004;73-78)

1. **Pengumuman-pengumuman**, mengumumkan program kerja serta hasil-hasil yang telah atau masih harus dicapai perusahaan. Biasanya bersifat insidental seperti rapat kerja.
2. **Buku pegangan pegawai**, memuat program kerja secara rinci, tujuan perusahaan serta hak dan kewajiban pimpinan dan karyawan.
3. **Kontak pribadi**, menciptakan komunikasi yang akrab antara pimpinan dengan bawahan dan bawahan dengan bawahan.
4. **Pertemuan-pertemuan berkala**, dimana pimpinan dan karyawan bisa saling berbagi tentang kegiatan kerja dan mencari solusi atas kendala-kendala yang dihadapi dan mengemukakan kemajuan-kemajuan yang telah dicapai.

5. **Kotak suara**, menampung pendapat karyawan yang tidak berani mengemukakannya secara terbuka. Sehingga segala keputusan pimpinan bisa obyektif.
6. **Laporan kepada pemegang saham**, pertemuan antara pimpinan perusahaan dan pemegang saham untuk pertanggungjawaban dalam bidang keuangan. Sehingga para pemegang saham tetap menaruh kepercayaan karena merasa ikut serta membina perusahaan dan mengetahui kegunaan uangnya.
7. **Hiburan dan Darmawisata**, untuk meredakan ketegangan selama bekerja dan memupuk baik serta setia kawan.
8. **Olahraga**, penyaluran minat dan bakat yang bersifat rekreasi seperti olahraga dengan membentuk tim-tim, akan mampu menggugah para pegawai untuk lebih mencintai perusahaannya dan bekerja lebih baik. Hal tersebut sebagai imbalan diperhatikannya minat mereka. Selain itu juga bisa sebagai alat promosi dan menambah publik ekstern bagi perusahaan melalui pertandingan persahabatan misalnya.
9. **Study Tour dan Pelatihan**, untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan para pegawai.
10. **Hadiah-hadiah dan Penghargaan**, memotivasi pegawai yang mendapat penghargaan untuk mempertahankannya dan memotivasi pegawai yang lain untuk bekerja lebih baik.
11. **Klinik dan Apotek Kesehatan**, perusahaan hendaknya dilengkapi klinik atau apotek kesehatan untuk kesejahteraan karyawannya. Selain untuk

karyawan dan keluarga, bisa juga dikembangkan untuk umum sehingga menambah keuntungan tersendiri bagi perusahaan.

12. **Tempat-tempat ibadah**, untuk membangun moral dan mental yang baik pada karyawan.

13. **Tempat-tempat pendidikan**, pendidikan untuk keluarga karyawan sangat penting sebagai bentuk perhatian dari perusahaan.

II.3. Perencanaan Kegiatan Humas

Menurut Dessler (1996), fungsi dasar manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, *staffing*, *leading* dan *controlling*. (I Gusti Ngurah Putra;1999;12)

Planning. Perencanaan meliputi penentuan tujuan dan tindakan, pengembangan aturan dan prosedur-prosedur, pengembangan rencana (baik untuk organisasi maupun bagi yang akan mengerjakan rencana)....

Organising. Pengorganisasian meliputi pemberian tugas kepada masing-masing bawahan, membuat bagian-bagian, mendelegasikan wewenang kepada bawahan, membuat jaringan komando dan mengkoordinir kerja bawahan.

Staffing. Staffing meliputi penentuan jenis karyawan yang harus direkrut, penyeleksian karyawan, penentuan kriteria penampilan, pelatihan dan pengembangan karyawan.

Leading. Leading mencakup perintah agar pekerjaan diselesaikan, menjaga semangat dan memotivasi bawahan.

Controlling. Controlling berarti menentukan standar membandingkan penampilan sesungguhnya dengan standar tadi dan melakukan perbaikan apabila diperlukan.

Hun & Grunig (1994) menyatakan bahwa kegiatan kehumasan pada dasarnya dapat dipilah menjadi tiga, yakni : (1) kegiatan yang disebut sebagai *event(s)* (2) *Campaign*; dan (3) *program*. *Event* adalah kegiatan kehumasan yang terjadi dalam waktu kerangka terbatas dan jelas kapan dimulai dan berakhir. *Event* ditunjukkan untuk satu atau beberapa publik terpilih dengan satu tujuan. Misalnya sebuah acara open house yang diadakan perusahaan. *Campaign* hampir sama dengan *event* namun biasanya diadakan dalam waktu yang lebih panjang dan dapat terdiri dari berbagai *event*. Sedangkan *program* biasanya terdiri dari berbagai *event* yang biasanya tidak punya batas jelas kapan berakhirnya. Program kehumasan biasanya diadakan secara berkesinambungan mengikuti kehidupan sebuah organisasi. (I Gusti Ngurah Putra;1999;13)

II.3.1 Proses Perencanaan Kegiatan Humas

Kegiatan komunikasi yang diadakan oleh organisasi memang seharusnya dikelola dengan baik. Tanpa manajemen terhadap kegiatan-kegiatan ini, organisasi tidak dapat mengetahui sumbangan apa yang diberikan kegiatan kehumasan terhadap organisasi. Dalam praktek keorganisasian, sangat sering terjadi kegiatan kehumasan yang dilakukan tidak terkelola dengan baik. Biasanya kegiatan kehumasan dilakukan tanpa perencanaan, tanpa evaluasi, walaupun ada pelaksanaan kegiatan. Untuk menggambarkan lebih lanjut tentang manajemen

humas bagan berikut menggambarkan proses perencanaan strategis kegiatan kehumasan.

Tabel 2.1

TAHAP-TAHAP PERENCANAAN KEGIATAN HUMAS

Empat langkah proses public relations	Langkah-langkah proses perencanaan strategis dan garis besar rencana program
<p>1. Menentukan Masalah (penelitian) (masalah & peluang)</p>	<p>1. Problem 2. Analisis Situasi –informasi latar belakang, data, bukti <ul style="list-style-type: none"> • faktor/kekuatan dalam • faktor/kekuatan luar </p>
<p>2. Perencanaan & Pemograman</p>	<p>3. Sasaran Program 4. Publik-publik <ul style="list-style-type: none"> • Siapa yang terlibat/terpengaruh? • Bagaimana keterlibatan mereka? 5. Tujuan Program -untuk masing-masing publik</p>
<p>3. Bertindak dan berkomunikasi</p>	<p>6. Program Tindakan –untuk masing-masing publik 7. Program Komunikasi –untuk masing-masing publik <ul style="list-style-type: none"> • strategi pesan • strategi media 8. Rencana Pelaksanaan Program <ul style="list-style-type: none"> • Pembagian tanggungjawab • Penjadwalan • Anggaran </p>
<p>4. Pengevaluasian program</p>	<p>9. Rencana Evaluasi 10. Umpan Balik & penyesuaian program</p>

Sumber : Broom & Drozier;1990
(I Gusti Ngurah Putra;1999;18)

II.4. Gambaran Umum Program membangun Hubungan Baik di PT Bahagia Idkho Mandiri

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Hun & Grunig tentang tiga macam kegiatan kehumasan – *event, campaign dan program* -, maka dalam konteks ini kegiatan humas di PT BIM, penulis sebut dengan *program*. Program yang dimaksud dalam tulisan ini adalah yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang ada hubungan dengan membangun baik dengan karyawan di PT BIM yang dilakukan oleh divisi HRD/PERSONALIA *secara berkesinambungan* sebagai hasil dari fungsi manajemen yang berkaitan dengan hubungan dengan karyawan sebagai salah satu *stakeholder* atau khalayak perusahaan.

Semua kegiatan-kegiatan itu sendiri tentunya memiliki latar belakang masing-masing sehingga dari latar belakang tersebut diterjemahkan oleh Divisi HRD/PERSONALIA sebagai program yang tepat dan cocok di lingkungan PT. BIM.

Dibawah ini akan dijabarkan beberapa kegiatan tersebut baik yang dilakukan saat penulis melakukan Kuliah Kerja Praktek atau yang sudah menjadi program permanen dari Divisi HRD/PERSONALIA.

- **RUTIN**

- A. Tahunan**

- a. Penyediaan Fasilitas Mudik Bersama ; Subsidi 85 % penyediaan fasilitas untuk mudik-balik bersama Karyawan & Keluarganya yang berasal dari Jawa Timur & Jawa Tengah.

- b. Silaturahmi Akbar Sambut Ramadhan ; pertemuan seluruh karyawan PT Bim seluruh daerah dalam rangka mempererat hubungan seluruh karyawan agar dapat bertemu dan bertegur sapa sekaligus menyambut momentum datangnya Bulan Suci Ramadhan.
- c. Hadiah Pemberangkatan Haji Gratis ; Pemberian Fasilitas keberangkatan haji gratis bagi karyawan dengan masa bakti pengabdian terlama setiap tahunnya.
- d. Silaturahmi Pemotongan Hewan Kurban ; Pelaksanaan pemotongan hewan kurban bersama seluruh karyawan dengan keluarga pimpinan perusahaan.
- e. Lomba menyambut Kemerdekaan RI ; pelaksanaan lomba antar karyawan di kantor pusat PT BIM.

B. Bulanan

- a. Senam Bersama ; pelaksanaan senam kesegaran jasmani seluruh karyawan PT BIM yang berdomisili di Jakarta & Tangerang.
- b. Door Prize ; pengundian door prize berlaku untuk semua karyawan dalam bentuk sembako dan elektronik (TV, Magic Com, Blender, Setrika dll)
- c. Penerbitan Majalah Dinding ; kegiatan ini berisi sosialisasi program serta kegiatan kekaryawanan selamat satu bulan ataupun diisi dengan informasi-informasi lain yang aktual dan bermanfaat.

C. Mingguan

- a. Silaturahmi & Taklim ; pelaksanaan pertemuan karyawan yang diselingi dengan pemberian materi keagamaan dari para ustadz, yang diselipi dengan pembentukan karakter hidup karyawan yang baik. Serta sekaligus dialog rutin permasalahan karyawan dan sosialisasi program Divisi HRD/PERSONALIA.
- b. Mentoring kepersonaliaan ; pembekalan dan pengetahuan dalam bentuk diskusi kecil dipimpin oleh karyawan-karyawan yang mahir di bidangnya.
- c. Zikir bersama Malam Jumat ; kegiatan pembacaan *Yassin & Tahlil* untuk seluruh Karyawan yang tinggal di Mess Karyawan yang dihadiri oleh keluarga pimpinan perusahaan.

D. Harian

- a. Do'a Bersama;
 - i. Pembacaan do'a bersama sebelum memulai pekerjaan, kurang lebih 30 menit dengan pembacaan Istighfar, Ayat suci Alquran, Hadits Pilihan, Al Fatihah serta komitmen kerja dalam bentuk yel-yel perusahaan (terlampir). Dan biasanya juga diberikan pengarahan tentang tugas kerja serta program-program perusahaan langsung dari Direktur Utama serta dialog dengan karyawan tentang keluhan, kesan dan pesan karyawan terhadap perusahaan yang langsung bisa didengar pimpinan.

- ii. Pembacaan do'a bersama pulang secara sederhana dengan menggunakan *soundsystem* yang bisa didengar dari ruang kerja masing-masing karyawan dengan pembacaan do'a perjalanan dan pembacaan *Al Fatihah* bersama.
- b. Sholat Berjama'ah ; pelaksanaan sholat Zuhur & Ashr berjama'ah dengan para yang imam yang berasal dari pimpinan-pimpinan divisi. Dengan kadangkala diadakan kultum.
- c. Makan Siang Bersama ; pemberian makan siang bersama pimpinan-pimpinan divisi dan para bawahannya.

- **INSIDENTAL**

- Tour Wisata Rohani ; kegiatan ini biasanya menyertakan seluruh karyawan yang berjumlah kurang lebih 1000 orang dalam kegiatan rekreasi, lomba, Mega Door Prize dan pengumuman Karyawan dengan loyalitas terbaik.
- Lelang *property* Keluarga Pimpinan ; penjualan barang-barang eks. Pimpinan atau keluarganya yang masih amat layak dan pendapatan dananya untuk kegiatan sosial karyawan
- Pesta Durian ; kegiatan ini dilakukan jika pendapatan perusahaan mendapatkan kelebihan serta pemberian surprise buat karyawan dari pimpinan perusahaan.

Berdasarkan hal di atas, PT BIM secara umum sudah menerapkan prinsip-prinsip kegiatan internal Public Relations/Humas sebagaimana jika

dikaitkan dengan pendapat Kustadi Suhandang dalam menerjemahkan program-program kehumasan internalnya seperti bisa dilaksanakan oleh sebuah perusahaan seperti adanya pengumuman-pengumuman lewat majalah dinding serta pertemuan-pertemuan berkala, kegiatan olahraga melalui senam rutin, hiburan dan darmawisata melalui Wisata Rohani, hadiah-hadiah dan penghargaan seperti lewat program doorprize dan penghargaan karyawan terbaik ataupun penyediaan mushola sebagai tempat ibadah karyawan.

II.4.1. Berbasis Keagamaan/spiritual

Kegiatan Internal Humas sejatinya dilakukan dalam rangka membangun komunikasi dua arah yang baik antara perusahaan dengan karyawan sehingga diharapkan terjalin hubungan yang harmonis antara keduanya dengan tujuan tercapainya keberlangsungan perusahaan dalam melaksanakan rutinitas sehari-hari.

Amit Goswani, seorang pakar asal Universitas Oregon AS, menyatakan bahwa kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan ke dalam empat tingkatan. **Pertama**, kebutuhan material, yaitu kebutuhan yang tingkatannya paling rendah. **Kedua**, energi vital, yang bersumber dari kekuatan perasaan. **Ketiga**, kebutuhan mental, yang terkait dengan kekuatan pemikiran. **Keempat**, kebutuhan supramental, yang terkait dengan etika, cinta, kepedulian terhadap sesama, dan kebahagiaan hakiki. (Didin Hafidhudin ; Republika ; 2010)

Danah Zohar dan Ian Marshal mendefinisikan (kecerdasan) spiritual sebagai kecerdasan (kemampuan; pen.) untuk menghadapi persoalan makna atau *value*, yaitu kecerdasan untuk menempatkan perilaku dan hidup kita dalam konteks makna yang lebih luas dan kaya, kecerdasan (kemampuan; pen.) menilai bahwa tindakan atau jalan hidup seseorang lebih bermakna dibandingkan dengan yang lain. (Ary Ginanjar Agustian;2002;13)

Adapun dalam konteks Kuliah Kerja Praktek (KKP) yang dimaksud dengan berbasis keagamaan atau spiritual adalah kegiatan-kegiatan terkait internal public relations yang menumbuhkembangkan pada pendekatan minat agama karyawan (Islam) khususnya pada kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- Doa bersama dan tatap muka
- Sholat Berjama'ah
- Kegiatan Majelis Taklim Rutin karyawan

Dalam KKP ini penulis akan mencoba mengurai secara spesifik kegiatan internal Public Relations/Humas yang dilakukan PT BIM dalam aspek keagamaan di atas tersebut. Program inilah yang kemudian penulis maksud sebagai kegiatan internal public relations berbasis spiritual.

BAB III

GAMBARAN UMUM

III.1. Gambaran Singkat PT Bahagia Idkho Mandiri

III.1.1. Visi

Menjadi perusahaan Nasional yang sehat sehingga dapat memberikan kontribusi yang optimal bagi pembangunan bangsa dan mensejahterakan masyarakat.

III.1.2. Misi

1. Mensejahterakan rakyat dengan memberikan kesempatan kerja bagi sebagian rakyat Indonesia.
2. Meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dengan melakukan berbagai program stimulan untuk mengembangkan potensi jasmani, rohani serta intelektualitas karyawan

III.1.3. Bisnis Utama

Perusahaan ini berhubungan Cosmetic Industries, yakni produk penghilang bau badan sejak tahun 2006 walaupun sebenarnya usaha ini sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu. Perkembangan produk di masyarakat sangat baik terutama untuk kalangan Menengah ke bawah.

Ada beberapa jenis produk penghilang bau badan yang diproduksi oleh PT. Bahagia Idkho Mandiri yang menjadi pusat industrinya, yaitu (satu) PO. POWDER MBK ada dua jenis yaitu Putih & Super dalam jenis bubuk yang digunakan dengan cara mengoleskannya pada ketiak setiap selesai mandi dalam

keadaan kering. (dua) Roll On Dedorant MBK ada lima jenis yaitu Pinky Style, Blue Style, Purple Style, Yellow Style dan Silver Style. Semuanya berfungsi sama berguna untuk menghilangkan bau badan namun dalam bentuk cair yang pemakaiannya juga digunakan selepas mandi pada ketiak yang bersih dan kering, demi mendapatkan hasil maksimal, dan menurut Manager Pemasarannya khasiat dua jenis kosmetik ini dapat bertahan satau hari bahkan lebih jika digunakan dengan tata cara yang benar, yaitu ketiak dalam kondisi bersih dan kering selepas mandi.

Gambar 3.1

LOGO PERUSAHAAN

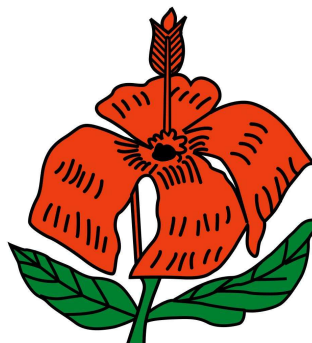


PT. BAHAGIA IDKHO MANDIRI

Sumber : Arsip Divisi HRD PT. BIM

Gambar 3.2

LOGO PRODUK



M . B . K .

Sumber : Arsip Divisi Pemasaran PT. BIM

III.1.4 Makna Logo

- Warna Merah adalah Kehidupan, Keberanian Semangat Hidup
- Warna Hijau adalah Kesejukan, keberuntungan, dan kesehatan
- Warna Hitam adalah keberanian, ketenangan, dan dominasi.

III.2. Gambaran Singkat Divisi HRD/PERSONALIA PT Bahagia Idkho Mandiri

Kegiatan kerja Praktek penulis difokuskan pada divisi HRD/PERSONALIA yang menjadi bagian dari manajemen PT BIM, yang fokus kerjanya menjaga dinamisasi proses kerja karyawan yang secara khas dilakukan di perusahaan ini, artinya bisa jadi berbeda dengan perusahaan lain (dapat dilihat dari pembagian strukturisasi dan job desc). Di PT BIM divisi ini hampir secara penuh menjadi tulang punggung manajemen perusahaan dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kerkaryawanan dan masyarakat umum, hal ini terbukti dari *jobdesc* yang ada yang terlihat dari rincian kerja sub divisi di HRD/PERSONALIA.

Dalam kaitan dengan apa yang akan penulis laporkan adalah tentang kegiatan Divisi HRD/PERSONALIA membuat kegiatan antara perusahaan dengan karyawan dan antara karyawan itu sendiri. Dalam hal ini penulis dapat mengatakan bahwa walaupun divisi HUMAS secara *de jure* belum menjadi struktur dalam organisasi PT BIM, tapi kehadiran fungsinya melalui kegiatan-

kegiatan yang dilakukan oleh divisi HRD/PERSONALIA, dapat dikatakan secara fungsi manajemen, prinsip-prinsip humas, terutama Internal PR/Humas sudah dilakukan dengan baik oleh PT BIM berdasarkan prinsip-prinsip kerja PR.

III.2.1 Struktur & Ruang Lingkup Kerja Divisi HRD/PERSONALIA

A. CEO HRD/PERSONALIA PT. BIM

- Penanggungjawab serta pengambil kebijakan tertinggi terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepegawaian.
- Pengambil keputusan terhadap kegiatan-kegiatan kepegawaian.

B. Manager HRD/PERSONALIA PT. BIM

- Kepala Pelaksana Operasional kegiatan kepegawaian.

C. Ka. Divisi RISET & DEVELOPMENT SDM

1. Mengatur Absensi kehadiran Karyawan serta konditenya.
2. Mengatur hak Cuti karyawan.
3. Menerima dan meningkatkan kemampuan SDM
4. Menjadi penanggung jawab kegiatan pembinaan Rohani karyawan.
5. Bertanggungjawab terhadap keanggotaan Jamsostek karyawan.
6. Bertanggungjawab dan menerima Tamu-tamu yang mengunjungi perusahaan.
7. Bertanggungjawab terhadap masalah Kesehatan karyawan.
8. Bertanggungjawab terhadap kegiatan kehumasan

9. Membangun & menjaga hubungan yang kondusif Wilayah sekitar perusahaan.

D. Ka. Divisi KESRA

1. Bertanggungjawab terhadap kegiatan Kesejahteraan Karyawan
2. Bertanggungjawab terhadap kegiatan Koperasi Karyawan.
3. Bertanggungjawab terhadap Kegiatan Keagamaan perusahaan
4. Memfasilitasi kegiatan Pelatihan-pelatihan untuk karyawan.
5. Bertanggungjawab terhadap keanggotaan Jamsostek karyawan.
6. Bertanggungjawab dan menerima Tamu-tamu yang mengunjungi perusahaan.
7. Bertanggungjawab terhadap masalah Kesehatan karyawan.
8. Bertanggungjawab terhadap kegiatan kehumasan
9. Membangun & menjaga hubungan yang kondusif Wilayah sekitar perusahaan.

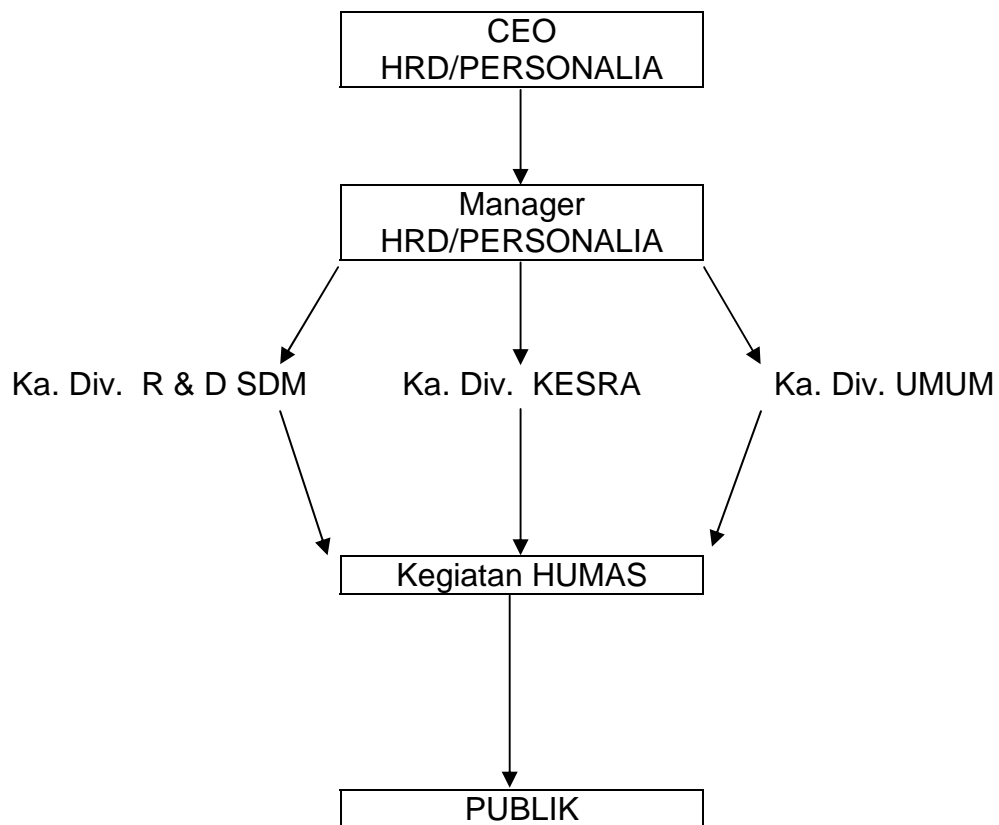
E. Ka. Divisi UMUM

1. Bertanggungjawab terhadap hal-hal yang berkaitan dengan Surat Penting Perusahaan
2. Bertanggungjawab terhadap operasionalisasi dan administrasi PLN & PAM
3. Bertanggungjawab terhadap hubungan perusahaan dengan DepnakerTrans dan instansi pemerintahan terkait.
4. Bertanggungjawab terhadap keanggotaan Jamsostek karyawan.

5. Bertanggungjawab dan menerima Tamu-tamu yang mengunjungi perusahaan.
6. Bertanggungjawab terhadap masalah Kesehatan karyawan.
7. Bertanggungjawab terhadap kegiatan kehumasan
8. Membangun & menjaga hubungan yang kondusif Wilayah sekitar perusahaan.

Bagan 3.1

ALUR MANAJEMEN KEGIATAN HUMAS PT BIM



Sumber : Arsip Divisi HRD PT. BIM

BAB IV

PEMBAHASAN PRAKTIK KERJA

IV.1. Kegiatan Internal Public Relations Berbasis Spiritual

Sebagaimana dimaksud dalam bab sebelumnya bahwa yang akan penulis bahas dalam KKP ini adalah program hubungan internal berbasis keagamaan yang dilakukan oleh PT BIM terhadap karyawannya berupa kegiatan Do'a Bersama (plus tatap muka), Sholat Berjama'ah dan Majelis Taklim Rutin Karyawan.

Dalam pembuatan kegiatan-kegiatan yang akan dibahas dalam KKP ini penulis menjelaskan dengan mengikuti tahapan proses perencanaan kegiatan Humas, yaitu (satu) Menentukan Masalah akan tergambar dalam point Latar belakang. (dua) Perencanaan dan pemograman akan tergambar lewat point Tujuan. (tiga). Bertindak dan berkomunikasi akan tergambar dalam point Pelaksanaan. (empat). Pengevaluasian program akan tergambar dalam point Prosedur Pelaksanaan.

IV.1.1. Doa Bersama & Tatap Muka

- Deskripsi

Kegiatan berdoa bersama yang dilakukan para karyawan PT BIM setiap pagi sebelum melakukan aktivitas yang menjadi tanggungjawabnya dalam sebuah ruangan besar yang dipimpin oleh Direktur Operasional dengan secara berurutan dilakukan pembacaan Istighfar, Ayat Suci Al Quran & Terjemahannya, sebuah Hadits pilihan dan diakhiri dengan pengucapan Yel-Yel PT BIM. (teks doa terlampir)

- Latar Belakang

Umumnya Karyawan PT. BIM beragama Islam dan dalam keyakinan seorang muslim itu doa selain menjadi kekuatan tersendiri bagi seorang muslim, hal ini juga akan menjadi penenang setiap muslim dalam melakukan aktivitas kesehariannya, karena muncul keyakinan akan adanya pemberi petunjuk dalam melaksanakan tugas, khususnya tugasnya yang menjadi tanggungjawab di perusahaan.

Domisili karyawan yang cukup jauh, sebagian aktivitas pekerjaan yang cenderung berbahaya jika tidak dilakukan secara hati-hati serta kebutuhan karyawan akan motivasi yang berkesinambungan juga menjadi perhatian tersendiri manajemen perusahaan, khususnya bagian personalia yang bertanggungjawab langsung terhadap kegiatan ke karyawan.

Sebagian Karyawan (sebenarnya) secara pribadi melakukan doa setiap sebelum melakukan aktivitasnya. Hal tersebut ditunjang oleh kebutuhan manajemen dalam menyampaikan informasi-informasi atau himbauan-himbauan tentang perkembangan perusahaan kepada karyawan serta meluruskan informasi-informasi yang terkadang simpang siur tentang kebijakan perusahaan.

- Tujuan

Organisasi atau perusahaan adalah sekumpulan manusia. Sebagai makhluk sosial, tiap individu yang ada di dalam perusahaan membutuhkan interaksi dalam menjalankan pekerjaan, karena setiap pekerjaan memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Demikian juga hubungan antara manajemen dan karyawan. Dua pihak ini saling memiliki kepentingan yang harus dikelola

dengan baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menjembatani komunikasi kedua pihak ini adalah melalui forum tatap muka atau *town hall meeting*.

Forum tatap muka dilakukan untuk memfasilitasi pertemuan antara pemilik, komisaris dan direksi dengan karyawan. Pertemuan dapat berupa diskusi direksi dengan pejabat struktural untuk membahas operasional bisnis, atau bisa juga pertemuan direksi dengan perwakilan serikat-serkat pekerja. Materi yang dibahas bermacam-macam, mulai dari pengumuman naik gaji, paparan pencapaian target-target perusahaan, silaturahmi hari raya sampai denganpisah sambut direksi lama & baru. (Fariani & Widodo Aryanto;2009;23)

Sasaran kegiatan ini adalah seluruh karyawan PT BIM dari seluruh divisi atau bagian dengan tujuan :

- a. Membangun spiritualitas dalam bekerja serta menumbuhkan semangat ruhani sehingga seluruh karyawan diharapkan semangat dan tenang dalam melaksanakan tugas-tugas harian di perusahaan.
- b. Menjadi media komunikasi antara manajemen dengan karyawan serta dialog langsung dengan jajaran direksi mengenai informasi sekitar perusahaan (khususnya pada hari jumat).
- c. Menumbuhkembangkan keyakinan bahwa setiap usaha itu sangat tergantung dengan kepasrahan serta usaha kita kepada Allah S.W.T.

- Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan berdoa ini memberikan kesempatan kepada seluruh divisi untuk menyertakan personilnya sebagai petugas pembacaan do'a, sehingga

setiap divisi mempunyai kesempatan yang sama untuk tampil, adapun pemimpin doa biasanya dipimpin langsung oleh Direktur Operasional dan digantikan oleh Kepala-kepala divisi jika berhalangan.

Kegiatan doa ini dilaksanakan setiap hari pada pukul 07.45 s.d 08.15 wib (± 30 menit), kecuali hari jumat biasanya s.d 08.45 karena dibarengi dengan program pengarahan dari pimpinan atau Direktur Utama yang langsung hadir sekaligus memimpin doa yang kemudian dilanjutkan dengan tanya jawab.

- Prosedur Pelaksanaan (teks & petugas doa terlampir)

Tabel. 4.2

RUNDOWN DO'A BERSAMA

NO	Waktu (wib)	Kegiatan	Keterangan
1	07.30	Bel pertama	Informasi untuk persiapan do'a dan juga waktu untuk berwudhu
2	07.40	Bel kedua	Karyawan memasuki ruang doa
3	07.45*	Kata Pembuka Pembacaan Al Fatihah bersama Baca Istighfar bersama	Oleh pemimpin Do'a
4	07.55	Pembacaan Ayat Suci Alquran Pembacaan Terjemahan Pembacaan Hadits Pilihan Informasi petugas esok hari	Oleh Petugas perwakilan divisi-divisi
5	08.10	Pengumuman-pengumuman	Oleh divisi personalia
6	08.15	Pembacaan YEL-YEL Penutup & bubar	Idem

**khusus hari jumat diselingi dengan pembacaan Asmaul Husna (by ESQ 165) bersama-sama sekaligus renungan atau muhasabah..*

Sumber : Divisi HRD PT BIM

Pelaksanaan do'a setiap harinya dinamis melahirkan perkembangan informasi sekitar kekaryawanan yang biasanya menjadi kebijakan-kebijakan bagian personalia yang ditindaklanjuti dengan keputusan-keputusan dari pimpinan, terutama pada hasil-hasil tatap muka dalam dialog di hari jumat.

IV.1.2. Sholat Berjama'ah

- Deskripsi

Pelaksanaan sholat Zuhur & Ashr berjama'ah dengan para yang imam yang berasal dari pimpinan-pimpinan divisi dilaksanakan di Mushola yang sengaja disediakan perusahaan sebagai tempat pelaksanaan ibadah. Dengan kadangkala diadakan kultum

- Latar Belakang

Karyawan PT. BIM seluruhnya beragama Islam dan sholat merupakan salah satu kewajiban yang mesti dilakukan, pelaksanaan sholat sendiri-sendiri kadang membuat pelaksanaan kewajiban-kewajiban di perusahaan menjadi kurang terorganisir apalagi jika dilakukan secara bergantian.

- Tujuan

- Memberikan kesempatan karyawan menjalankan kewajibannya.
- Mengatur agar pelaksanaan ibadah ini tidak mengganggu aktivitas dan tanggungjawab masing-masing karyawan.
- Menumbuhkan semangat kebersamaan.

- Waktu Pelaksanaan

Jam kantor yang dimulai pukul 08.00 s.d. pukul 15.30 wib memberikan kesempatan para karyawan untuk melakukan kegiatan pada sholat Zuhur dan Ashr

berjamaa'ah di Mushola yang disiapkan secara khusus. Dan biasanya untuk masing-masing sholat dilaksanakan sesuai waktu masuknya, namun biasanya untuk sholat Zuhur sekaligus waktu isitirahat dan makan siang adapun sholat Ashr antara pukul 15.30 s.d selesai.

- Prosedur Pelaksanaan

Tabel 4.3

RUNDOWN SHOLAT BERJAMA'AH

NO	Waktu (wib)	Kegiatan	Keterangan
1	11.30	Bel Istirahat	Karyawan menyelesaikan tugasnya
2	11. 45	Bel informasi sholat	Karyawan berwudhu
3	12.00	Azan dari Customer Service	Azan akan berkumandang otomatis sesuai dengan setting dan didengar ke ruanagan seluruh karyawan
4	12.00	Azan di Mushola	Seluruh karyawan menuju tempat sholat (karyawan di Mushola Utama dan karyawati di Mushola khusus)
5	12.10	Pelaksanaan Sholat	Dipimpin oleh Imam berdasarkan jadwal Ka. Divisi
6	12. 20	Karyawan makan Siang	

Sumber : Divisi HRD PT BIM

Untuk menjaga pelaksanaan sholat agar dapat diikuti oleh semua karyawan maka dibuat sukarelawan (disebut Qorin) yang mengingatkan para karyawan sesuai dengan jumlah tanggungjawab masing-masing.

IV.1.3. Majelis Taklim Rutin Karyawan

- Deskripsi

Pelaksanaan pertemuan karyawan yang diselingi dengan pemberian materi keagamaan dari para ustadz, yang dibarengi dengan nasehat-nasehat pembentukan karakter hidup karyawan yang baik. Serta sekaligus dialog rutin permasalahan karyawan dan sosialisasi program Divisi HRD/PERSONALIA.

- Latar Belakang

Karakter pribadi seseorang amat dipengaruhi oleh keyakinannya terhadap kehidupan beragama yang terjelma dalam mentalitas personal yang baik, semakin banyak tahu seseorang tentang suatu ilmu akan semakin baik pula kesempatan untuk mengamalkanya dalam kehidupan sehari-hari. Kurangnya pengetahuan Islam terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan ibadah sehari-hari akan menjadikan ibadah kurang memiliki pengaruh secara nyata. Perusahaan membutuhkan karyawan-karyawan yang memiliki mentalitas pribadi yang baik sehingga akan dapat mempengaruhi kinerja dalam menjalankan tugas yang menjadi kewajibannya.

- Tujuan

- Memberikan pengetahuan yang tepat dalam hal pemahaman Aqidah, ibadah dan Tasawuf karyawan.
- Menjadikan para karyawan memiliki pemahaman beragama yang baik, terutama dalam menjalankan ibadah sehari-hari.

- Menjadikan sarana untuk memberikan pengarahan-pengarahan agar menjadi karyawan yang baik melalui opinion leader (mis. Ustadz atau Kyai)

- Waktu Pelaksanaan

Kegiatan taklim ini melibatkan seluruh karyawan & karyawan dari seluruh divisi yang berada di kantor Pusat PT. BIM di Tangerang serta menghadirkan para kepala-kepala divisi beserta keluarga besar pimpinan perusahaan. Kegiatan dilaksanakan pada setiap :

- Hari : Sabtu
- Waktu : Pkl. 07.30 s.d. 09.00 wib

- Prosedur Pelaksanaan

Tabel 4.4

RUNDOWN KEGIATAN TAKLIM

NO.	Waktu	KETERANGAN
1	Sabtu pekan ke-1	Pembicara : Ust. H. Ahmad Fulae, M.Ag Tema : Tata Cara Ibadah & Keutamaan
2	Sabtu pekan ke-2	Pembicara : KH. Mahfudz Asirun An Nadawi Tema : Aqidah Islamiyah & Fiqh Ibadah
3.	Sabtu pekan ke-3	Pembicara : Ust. Abdul Karim Tema : Hidup Tasawuf Cara Rasul
4.	Sabtu pekan ke-4	SENAM BERSAMA

Sumber : Divisi HRD PT BIM

Untuk meningkatkan hasil maksimal dari program ini maka dibuat dokemntasi materi taklim yang dibagikan ke para peserta untuk lebih memudahkan karyawan memahami materi.

IV.2. Ruang Lingkup & Aktivitas Selama KKP

IV.2.1. Ruang lingkup

Ruang lingkup kerja penulis dalam kuliah kerja praktek ini berdasarkan keterangan di atas tentu berfokus pada kegiatan-kegiatan baik yang dilakukan oleh divisi HRD/PERSONALIA dalam rangka membangun hubungan baik karyawan dengan perusahaan serta pemenuhan yang layak terhadap hak dan kewajiban karyawan dari pimpinan perusahaan berdasarkan minat dan khususnya dalam kecenderungan meningkatkan keberagamaannya. Dan berdasarkan tujuan KKP maka penulis berusaha memastikan diri posisinya pada kemampuan memberikan masukan, melakukan ataupun menginformasikan pengetahuan yang sesuai dengan kapasitas penulis, dalam hal ini ketrampilan Public Relations/Humas.

Tanggungjawab kerja penulis dalam KKP ini lebih banyak menyangkut aspek pembelajaran terhadap semua hal yang telah dilakukan oleh Divisi HRD/PERSONALIA sambil memastikan kesesuaian teori kehumasan dengan apa yang sudah dilakukan selama ini oleh PT BIM walaupun belum secara *de jure* menjadikan Humas dalam struktur organisasinya. Dalam hal praktis penulis diberikan tanggungjawab sebagai berikut;

1. Membantu langsung kegiatan-kegiatan Divisi HRD/PERSONALIA dalam berbagai macam bentuknya.
2. Memberikan gambaran serta solusi langkah-langkah membuat program kegiatan kehumasan seperti yang penulis pelajari dalam kuliah kehumasan terhadap dalam menggarap strategi komunikasi dalam internal publik.

IV.2.2. Aktivitas Selama Kegiatan KKP

Berdasarkan point satu tanggungjawab penulis dalam KKP ini, maka ada beberapa kegiatan yang penulis lakukan berdasarkan tanggungjawab tersebut.

1. Menjadi MC sebagai pengantar kegiatan berdo'a (dalam beberapa pertemuan saja)
2. Menyediakan fasilitas acara serta persiapan-persiapan yang perlu dilakukan dalam membantu kegiatan Divisi HRD/PERSONALIA.
3. Menghubungi & mengingatkan pimpinan-pimpinan divisi dan menyertainya untuk hadir dalam kegiatan-kegiatan tersebut.
4. Membantu Bagian HRD/PERSONALIA berhubungan dengan pihak percetakan untuk membuat beberapa desain Motivasi Kerja untuk diletakan di ruang-ruang Karyawan.
5. Mengusulkan dan membuat majalah dinding perusahaan agar lebih berfungsi dan bermanfaat, meliputi desain majalah dinding dan artikel-artikel yang akan diisi. Sekaligus memanfaatkannya untuk mensosialisasikan perkembangan petugas do'a serta perkembangan kegiatan-kegiatan yang menjadi fokus KKP.
6. Mengikuti rapat-rapat Bagian HRD/PERSONALIA serta membuat notulensi.
7. Membuat dokumentasi materi kegiatan taklim dan dibagikan kepada para karyawan melalui foto copy datanya.

Adapun berdasarkan tanggung jawab penulis pada point kedua, penulis selama KKP melakukan hal-hal berikut :

1. Berdialog dengan pimpinan-pimpinan divisi tentang tanggungjawab dan persoalan dalam divisi berkaitan dengan kondisi komunikasi dengan para bawahannya dalam ruang lingkup kerjanya. Hal ini dilakukan untuk menjadi bahan yang akan disampaikan pada forum doa dan tatap muka.
2. Menggali informasi dari karyawan tentang kesan dan pesan selama bekerja dalam divisinya terutama berkaitan dengan komunikasinya dengan pimpinan divisi. Sumber informasi untuk diolah bagian HRD/PERSONALIA dan sebagai sarana untuk *chek & richek* informasi.
3. Memberikan contoh pembuatan proposal kegiatan serta pengarsipan. untuk beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan berbarengan dengan masa KKP penulis.
4. Menunjukkan kepada para karyawan strategi (langkah-langkah) komunikasi dalam menyampaikan ide dan gagasannya, seperti bicara pada saat yang tepat, melihat kondisi emosional pimpinan. Dilakukan setelah sholat berjama'ah melalui media KULTUM (kuliah tujuh menit)
5. Mencatat hal-hal yang penting yang terjadi dalam perusahaan dan memberikan kepada Manager HRD/PERSONALIA agar menjadi solusi dalam menangani permasalahan ke karyawan. Selama masa KKP tercatat dua hal penting sempat penulis dapatkan sebagai isu yang berkembang di lingkungan karyawan, yakni mengenai kesalahpahaman

memahami uang lembur serta Sikap karyawan yang merasa paling berjasa di perusahaan.

6. Memberikan contoh langsung dalam interaksi antar karyawan, seperti menyapa, mengucapkan salam serta mengucapkan terima kasih jika terjadi kerjasama antar divisi baik secara lisan ataupun lewat surat resmi antar divisi. Penulis memberikan masukan terutama pada divisi Pemasaran –yang sering menggunakan tenaga divi lain untuk kegiatan promosinya- membuat surat ucapan terima kasih kepada divisi yang bersangkutan, khususnya kepada Ka. Divisi agar terjadi komunikasi saling menghargai, sehingga diharapkan munculnya perasaan satu Tim dalam kebersamaan di bawah naungan PT BIM.

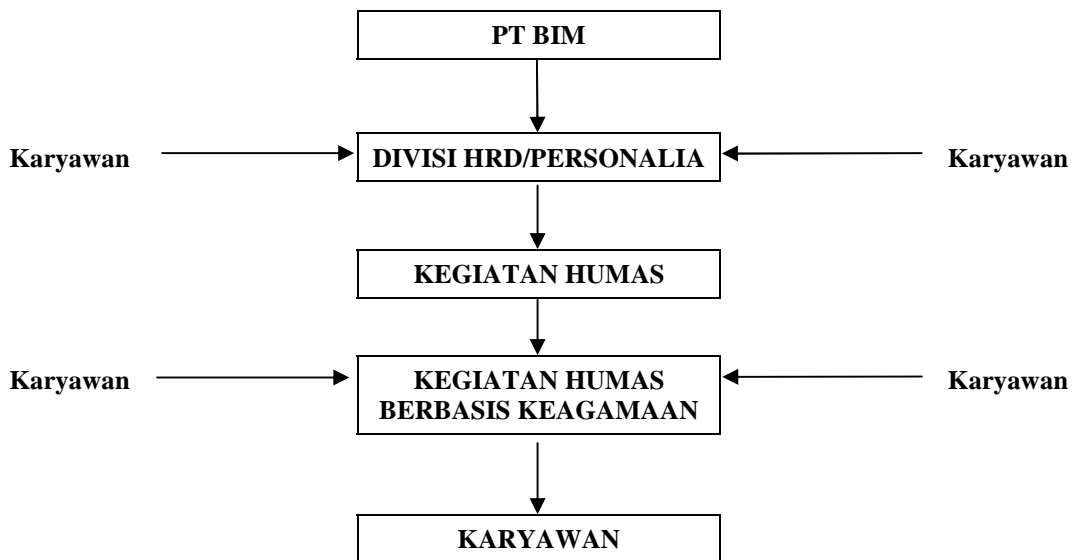
IV.3. Proses Internal PR berbasis Keagamaan/Spiritual di PT BIM

PT BIM memberikan tanggungjawab pada Divisi HRD/PERSONALIA dalam membina hubungan baik dengan karyawan, dan Divisi HRD/PERSONALIA menerjemahkannya dalam kegiatan-kegiatan internal PR.

Namun input dari karyawan yang tergambar dalam panah di atas menunjukkan bahwa munculnya Internal Public Relations berbasis keagamaan amat dipengaruhi oleh kondisi Karyawan itu sendiri, yang mampu dibaca dengan baik oleh Divisi HRD/PERSONALIA yang bertanggungjawab terhadap hubungan manajemen perusahaan dengan karyawan. Pada akhirnya PT BIM akan mendapat umpan balik yang positif dari kegiatan-kegiatan ini.

Bagan 4.2

PROSES INTERNAL PUBLIC RELATIONS BERBASIS KEAGAMAAN/SPIRITUAL DI PT BIM



IV.4. Kelebihan & Kekurangan Internal PR berbasis Keagamaan

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam melaksanakan kegiatan internal PR (IPR) yang dibahas dalam KKP ini memiliki beberapa catatan dan perlu mendapatkan perhatian khusus. Artinya kegiatan IPR seperti ini cenderung akan sangat berhasil di satu pihak namun akan memiliki tantangan di sisi lain.

Kondisi PT BIM saat ini misalnya, yang memiliki karyawan hampir 100 % muslim membuat program seperti ini tidak akan memiliki kendala teknis apapun, karena memiliki benang merah yang sangat jelas dengan kondisi agama karyawan. Namun jika suatu saat terdapat karyawan yang beragama lain, dapat diperkirakan terjadi gesekan yang tidak terhindarkan dengan seseorang dalam menjalankan keyakinan beragama, yang jika tidak diantisipasi sebelumnya malah akan

mengancam hubungan baik perusahaan dengan karyawan. Berdasarkan hal ini penulis mencoba mengurai kelebihan & kekurangan kegiatan Internal PR berbasis keagamaan.

A. Kelebihan

- i. Mampu menjembatani keinginan individual karyawan yang memiliki kesadaran keagamaan yang tinggi.
- ii. Memenuhi kebutuhan dasar karyawan yang cenderung menyukai penghargaan terhadap keyakinan & sentimen beragama.
- iii. Memberi kesan citra positif karyawan (yang homogen satu kelompok) terhadap perusahaan.
- iv. Meningkatkan tingkat kepercayaan karyawan - yang homogen - terhadap perusahaan. (walaupun perlu penelitian yang lebih lanjut)
- v. Karyawan senang dengan pendekatan yang dilakukan perusahaan, dan mempengaruhi suasana kerja.

B. Kekurangan

- i. Kegiatan ibadah yang cenderung sangat privasi membuat adanya keterpaksaan pada karyawan, dan cenderung membuatnya tidak nyaman sehingga jauh dari efek hubungan baik yang diinginkan.
- ii. Kegiatan tidak dapat bersifat universal jika suatu saat latar belakang karyawan cukup heterogen.

- iii. Adanya kesulitan mengukur pengaruh semua kegiatan ibadah yang sifatnya privasi dengan mentalitas pribadi karyawan.
- iv. Kontrol perusahaan terhadap kegiatan ini hanya sebatas lingkungan internal perusahaan saja.

Pemaparan tentang kelebihan dan kekurangan di atas dapat menjadi pertimbangan setiap perusahaan yang mencoba menggunakan cara keagamaan –ataupun pendekatan homogen lainnya - dalam pendekatan komunikasi dengan karyawannya, sehingga tujuan membina hubungan baik dapat tercapai dengan sukses dan tidak malah menjadi kendala-kendala internal yang akan mempengaruhi perjalanan perusahaan di masa datang. Namun jika dilaksanakan sebagai sebuah budaya perusahaan atau sering disebut dengan “corporate culture”, maka jenis pemilihan kegiatan berbasis seperti ini tidak akan berdampak negatif, karena dimaknai sebagai sebuah keunikan masing-masing lembaga dalam hal ini perusahaan, yang jangkauannya hanya sebatas di lingkungannya saja serta sebagai sebuah identitas pembeda dengan lembaga lain. .

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penulis menarik kesimpulan dari teori dan praktek yang terjadi di lapangan mengenai kegiatan Internal Public Relations berbasis Keagamaan di PT BIM. Secara teoritis, PR (humas) di PT BIM memang belum dan tidak melembaga, dalam arti PR tidak memiliki departemen / divisi tersendiri. Tetapi tugas, fungsi dan ruang lingkupnya ada dan dilaksanakan secara praktis oleh departemen / divisi Personalia (HRD/PERSONALIA) .

Menariknya adalah Fungsi Humas ini dapat dilaksanakan dengan baik oleh divisi HRD/PERSONALIA, yang secara tidak langsung telah melakukan yang penulis sebut dengan Internal Public Relations berbasis keagamaan, karena dari kegiatan-kegiatan yang menjadi fokus penulis dalam KKP itu memang direncanakan betul oleh divisi HRD/PERSONALIA sebagai cara membina hubungan baik dengan karyawan di PT BIM yang notabene seluruhnya beragama Islam. (seperti diungkapkan Nurdin MS, SE ;Personalia PT BIM)

Dan salah satu yang menonjol adalah keluangan waktu yang disediakan oleh PT BIM terhadap pemenuhan kewajiban melaksanakan Ibadah, yang bagi karyawan di beberapa perusahaan misalnya menjadi sesuatu yang sangat sulit dan kecil kesempatan melakukan secara berjama'ah. Hal ini dapat dilihat dengan penyiapan Mushola khusus sholat dan kegiatan sholat berjama'ah yang menjadi aturan perusahaan bagi seluruh karyawan. Bagi karyawan PT BIM ini menjadi kesan tersendiri buat perusahaan ini, selain rasa syukur atas kemudahan ini.

V.2. Saran

Penulis hanya menyarankan agar untuk di masa yang akan datang, PR (humas) di dalam PT BIM, bukan hanya dijalankan sesuai dengan fungsinya sebagai metode komunikasi saja, tetapi PR dapat menjadi suatu divisi yang melembaga dan dipimpin oleh seorang PR yang profesional. Sehingga secara maksimal dapat membantu dan menunjang kegiatan departemen HRD/PERSONALIA untuk menciptakan citra dan reputasi yang baik di internal publik khususnya dan umumnya pada khalayak umum. Sehingga kegiatan Internal PR yang sudah berlangsung baik dapat terawat dan memiliki kesan tersendiri di benak karyawan, dan dapat menjadi Citra tersendiri di mata sasaran internal publik seperti karyawan-karyawan di PT BIM.

Selain itu agar tercipta pula perpaduan yang harmonis antara teori yang didapat secara akademis dengan praktek kerja yang sesungguhnya di lapangan mengenai pentingnya peranan PR (humas) di suatu organisasi dalam divisi tersendiri yang dapat berhubungan langsung dengan Board of Director (BOD), sehingga fungsinya akan benar-benar berjalan baik. bagi kepentingan PT BIM di masa depan.

Semoga saran penulis dapat diterima dan bermanfaat bagi kinerja organisasi pendidikan PT BIM.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Agustian, Ary Ginandjar, ESQ ; Emotional Spiritual Question, Arga Publishing, 2001
- Canggara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan ketiga, Rajawali Pers, Jakarta, 2002
- Colin Coulson-Thomas,terjemahan, *Public Relations ;Pedoman Praktis Untuk PR*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005
- Effendy, Uchjana, Onong, *Ilmu Komunikasi ; Teori & Praktek*, Cetakan kedelapanbelas,, Rosda, Bandung, 2004
- Fariani,Rita, Silvia, Widodo Aryanto, *Panduan Praktis PR*, Kompas Gramedia,2009
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi ; Suatu Pengantar*, Cetakan Kesebelas, Rosda, Bandung, November 2007
- Morissan, *Pengantar Public Relations ; Strategi menjadi Humas Profesional*, Ramdina Prakarsa, Tangerang, 2006
- Putra, I Gusti Ngurah, Manajemen Hubungan Masyarakat, Universitas Atmajaya, Yogyakarta, 1999
- Ruslan, Rosadi, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Suhadi, Kustandang, *Public Relations Perusahaan ; Kajian Program Implementasi*, Nuansa Cendikia, Bandung, 2004
- Suprpto, Tommy, *Pengantar Teori Komunikasi*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2006
- Suprpto, Tommmy, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2009

Sumber Lain:

www.indonusa.ac.id
www.republika.co.id
www.wikipedia.org

**YEL-YEL
PT. BAHAGIA IDKHO MANDIRI**

M.B.K

KERJA KERAS

KERJA CERDAS

KERJA IKHLAS

YES..!

PROSEDUR PENGUCAPAN

1. Pemandu Do'a Mengucapkan : **M.B.K**
2. Dijawab Para Karyawan dengan berturut-turut :
 - Kerja Keras** (tangan kanan mengepal dan diangkat ke depan),
 - Kerja Cerdas** (jari telunjuk diarahkan ke kening),
 - Kerja Ikhlas** (telapak tangan kanan di letakan di dada)
3. Bersama-sama : **YES!**

TEKS DO'A

*Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Warahmatullohi wa barakatuh*

Puja & puji hanya untuk Allah S.W.T yang telah memberikan begitu banyak nikmat, Iman;Islam dan nikmat kesehatan, semoga dengan nikmat tersebut akan menambah taqwa kita kepadaNya.

Sholawat & Salam tercurah untuk Nabi Muhammad S.A.W yang pengorbanannya telah menjadikan kita ummat terbaik. Umat yang dimudahkan dalam menjalankan keislaman kita dalam kehidupan sehari-hari.

Rekan-rekan yang dimulyakan Allah S.W.T

Pagi ini kita kembali berkumpul dalam rangka melaksanakan salah satu kewajiban kita yaitu mencari rizki dan karunia Allah.

Sebelum berdo'a sebagaimana biasa kita awali dengan membaca :

Istighfar.. (istighfar lengkap ada dalam lampiran teks istighfar)

Marilah mengawali aktivitas pada hari ini kita berdo'a kepada Allah S.W.T, pertama marilah kita berdo'a buat kedua orang tua kita, baik yang sudah meninggal atau masih bersama-sama dengan kita. Yang sudah wafat semoga dilapangkan kuburnya dan diampuni dosa-dosanya. Dan yang masih hidup mudah-mudahan dalam taat kepada Allah S.W.T dan diebrikan *Husnul Khatimah*.

Juga kita berdo'a buat perusahaan dimana kita bekerja, mudah-mudahan senantiasa mendapatkan perlindungan serta hasil yang didapatkan mendapatkan ridho & berkah dari Allah S.W.T

Kita juga berdoa buat saudara-saudara, handai tolan, karib kerabat dan tetangga-tetangga kita yang terbaring sakit, baik di rumah sakit ataupun di rumahnya masing-masing semoga seluruh penderitaan sakitnya akan menghapus dosa-dosanya dan diberikan kesembuhan yang sempurna oleh Allah S.W.T.

Berdo'a juga kita kepada Allah S.W.T buat saudara-saudara kita yang terkena musibah, baik kebakaran, banjir, gempa bumi dan lain-lain. Semoga diberikan kesabaran dan diberikan jalan keluar dari setiap permasalahan.

Tidak lupa kita berdoa untuk pendiri perusahaan ini mudah-mudahan yang telah meninggal diampuni dosa-dosanya dan ditempatkan di surga Allah S.W.T dan yang masih hidup diberikan kekuatan dan petunjuk untuk melanjutkan aktivitas perusahaan sambil bergantung selalu hanya kepadaNya.

Dan terakhir kita berdo'a buat diri kita masing-masing yang hadir di tempat ini, semoga aktivitas kita pada hari ini, kemarain dan yang kan datang senantiasa mendapatkan perlindungan, hidayah dan taufik dari Allah S.W.T.

'ala hadzihin niyah wa 'ala kulli niyyatin sholihah...AL FATIHAH.

Rekan-rekan yang dimulyakan Allah S.W.T

Demikianlah, kurang lebihnya mohon maaf semoga istighfar dan do'a kita diterima oleh Allah S.W.T.

Wassalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarakatuh.

Sumber : Dikutip dari salah satu pimpinan do'a