

Peran public relation dalam komunikasi internal perusahaan

Bunga Prameswari Hariyono¹

program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 220503110075@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Public Relations, komunikasi internal, hubungan karyawan & manajemen

Keywords:

Public Relations, internal communication, employee relations & management.

ABSTRAK

Public Relations (Public Relation) memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi internal perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Artikel ini membahas fungsi Public Relation dalam menjaga alur komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan, serta membangun hubungan yang harmonis di dalam perusahaan. Melalui pengelolaan informasi yang tepat, Public Relation berkontribusi dalam menciptakan budaya kerja yang positif, meningkatkan motivasi, serta memperkuat keterlibatan karyawan. Selain itu, Public Relation juga berperan dalam meredam konflik internal dan membantu manajemen dalam menyampaikan pesan

strategis secara jelas dan konsisten. Dengan pendekatan komunikasi yang terintegrasi, Public Relation dapat menjadi penghubung yang efisien antara berbagai departemen dan level organisasi, memastikan bahwa semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan perusahaan. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi internal yang baik untuk meningkatkan Public Relation produktivitas dan mempertahankan keberlanjutan perusahaan.

ABSTRACT

Public Relations (Public Relation) plays a crucial role in supporting internal corporate communication to achieve organizational goals effectively. This article explores the functions of Public Relation in maintaining a smooth flow of communication between management and employees, as well as fostering harmonious relationships within the company. By managing information appropriately, Public Relation contributes to creating a positive work culture, enhancing employee motivation, and strengthening engagement. Additionally, Public Relation helps mitigate internal conflicts and assists management in conveying strategic messages clearly and consistently. Through an integrated communication approach, Public Relation acts as an efficient link between different departments and organizational levels, ensuring that all team members share a common understanding of the company's objectives. This research highlights the importance of effective internal communication strategies in boosting Public Relation productivity and sustaining the company's long-term success.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, perusahaan dituntut untuk memiliki sistem komunikasi yang efisien guna mendukung operasional bisnis secara menyeluruh. Salah satu elemen penting dalam komunikasi internal perusahaan adalah Public Relations (Public Relation), yang berperan sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan. Public Relation tidak hanya berfokus pada membangun citra perusahaan di hadapan publik eksternal, tetapi juga memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam menjaga hubungan dan alur komunikasi di dalam perusahaan. Komunikasi internal yang efektif sangat penting untuk membangun keterlibatan karyawan, meningkatkan Public Relation produktivitas, dan mencapai tujuan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

organisasi. Ketika informasi mengalir dengan baik dari manajemen ke seluruh level organisasi, setiap karyawan memiliki pemahaman yang jelas mengenai peran dan tanggung jawabnya. Sebaliknya, kegagalan dalam komunikasi internal dapat menyebabkan miskomunikasi, menurunkan moral karyawan, dan bahkan memicu konflik di tempat kerja.

Public Relations dalam konteks ini memainkan peran strategis dalam mengelola arus informasi, baik formal maupun informal, untuk memastikan pesan-pesan penting sampai dengan tepat kepada setiap individu di dalam perusahaan. Melalui berbagai alat komunikasi internal seperti buletin, intranet, email, serta pertemuan langsung, Public Relation dapat memastikan bahwa visi, misi, dan kebijakan perusahaan diterima dan dipahami oleh seluruh karyawan. Oleh karena itu, peran Public Relation menjadi esensial dalam mendukung keselarasan internal dan kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana Public Relations dapat mengoptimalkan komunikasi internal perusahaan serta dampaknya terhadap budaya organisasi dan Public Relation produktivitas karyawan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai peran Public Relation (PR) dalam komunikasi internal perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui sumber data sekunder, yaitu kajian literatur dan analisis penelitian terdahulu. Studi literatur atau tinjauan pustaka merupakan metode yang efektif dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif mengenai peran PR dalam mengelola komunikasi internal, termasuk teori-teori, strategi komunikasi, serta praktik terbaik yang telah diterapkan di berbagai perusahaan. Selain itu, analisis terhadap hasil penelitian sebelumnya membantu memperkaya pemahaman terkait efektivitas PR dalam menciptakan komunikasi yang harmonis dan produktif di lingkungan internal perusahaan.

Pembahasan

Fungsi Public Relations dalam Komunikasi Internal

Public Relations (Public Relation) dalam konteks internal perusahaan memiliki peran strategis yang melampaui fungsi-fungsi dasar komunikasi. Public Relation Tidak hanya bertugas untuk menyampaikan informasi dari manajemen kepada karyawan, tetapi juga bertindak sebagai fasilitator yang menjaga aliran komunikasi tetap lancar di seluruh departemen. Fungsi utama Public Relation dalam komunikasi internal meliputi: Membangun saluran komunikasi yang efektif Public Relation bertanggung jawab dalam mengembangkan berbagai platform dan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dari manajemen, seperti buletin, email, atau portal intranet perusahaan. Mengelola krisis internal Ketika terjadi konflik atau masalah internal, Public Relation berperan penting dalam meredakan situasi dengan komunikasi yang jelas, transparan, dan cepat. Public Relation dapat membantu mengurangi ketidakpastian dan kegelisahan di kalangan karyawan dengan memberikan informasi yang akurat.

Memperkuat budaya organisasi Public Relation berkontribusi dalam menciptakan dan memPublic Relationomosikan nilai-nilai budaya perusahaan. Dengan membangun narasi yang selaras dengan visi dan misi perusahaan, Public Relation membantu mengarahkan perilaku karyawan sesuai dengan harapan organisasi. public relations memiliki fungsi manajemen yang penting, terutama dalam menciptakan komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan. Dalam konteks ini, PR berperan sebagai penghubung untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif. Pendekatan Manajerial Public Relation, Proses yang dijalankan oleh Public Relation terdiri dari pencarian fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Public Relation tidak hanya fokus pada komunikasi eksternal tetapi juga berperan dalam komunikasi internal untuk menjaga hubungan baik antar karyawan dan manajemen. Komunikasi internal menjadi elemen penting untuk membangun iklim kerja yang baik, terutama dalam perusahaan dengan keberagaman budaya dan sosial karyawan. Komunikasi yang efektif dapat mencegah masalah internal seperti ketidakpuasan dan bahkan demonstrasi.

Dalam perusahaan, manajer harus memastikan bahwa pesan dari manajemen disampaikan dengan baik kepada karyawan, sementara PR membantu dalam menafsirkan pesan tersebut dan memastikan dialog dua arah yang efektif. Salah satu hambatan terbesar dalam komunikasi internal adalah distorsi pesan, di mana informasi tidak sampai dengan tepat. PR diharapkan bisa menjadi mediator dalam mengatasi masalah ini melalui pendekatan langsung, seperti dialog rutin dan keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan. Public Relation menjadi bagian penting dari manajemen strategis perusahaan, terutama dalam hal komunikasi internal. Fungsi PR tidak hanya untuk menyampaikan kebijakan manajemen tetapi juga untuk mengakomodasi respon dari karyawan. Jurnal ini menyarankan bahwa komunikasi internal yang baik adalah kunci untuk menciptakan hubungan yang kuat di antara semua elemen perusahaan, dan PR memainkan peran vital dalam hal ini (Setyanto & Anggarina, 2017).

Komunikasi Internal sebagai Alat untuk Meningkatkan Keterlibatan Karyawan

Keterlibatan karyawan (employee engagement) adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi Public Relationoduktivitas dan retensi tenaga kerja dalam suatu perusahaan. Melalui komunikasi internal yang baik, Public Relation dapat membantu meningkatkan keterlibatan karyawan dengan: Memberikan informasi yang transparan: Ketika karyawan merasa mereka memiliki akses penuh terhadap informasi yang relevan tentang perusahaan, seperti tujuan strategis, pencapaian, dan tantangan, mereka cenderung merasa lebih terlibat dan terhubung dengan organisasi. Memfasilitasi feedback dua arah: Public Relation juga memainkan peran penting dalam menciptakan dialog dua arah antara karyawan dan manajemen. Hal ini penting untuk memastikan bahwa suara karyawan didengar, dan mereka memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik terkait kebijakan atau keputusan perusahaan. Menyediakan Public Relationogram komunikasi yang memotivasi Public Relation dapat merancang kampanye komunikasi yang berfokus pada penghargaan dan pengakuan terhadap pencapaian karyawan. Public Relationogram-Public Relationogram semacam ini dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan.

Komunikasi internal yang efektif sangat penting untuk membangun loyalitas karyawan dalam sebuah organisasi. Pada studi kasus Range Pictures, ditemukan bahwa

komunikasi internal belum optimal karena peran public relations (PR) belum dilaksanakan dengan baik, terutama dalam hal pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia (SDM). Loyalitas karyawan terbentuk melalui proses komunikasi yang baik, di mana karyawan merasa dihargai dan terlibat dalam organisasi. Employee relations, atau hubungan antar karyawan, berperan penting dalam menjaga keharmonisan dan meningkatkan produktivitas. Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan perlu lebih fokus pada komunikasi dua arah dan memberikan perhatian lebih pada kesejahteraan karyawan. Secara keseluruhan, komunikasi internal adalah faktor kunci dalam menciptakan rasa memiliki dan komitmen terhadap organisasi, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan keberhasilan Perusahaan (Asyifa, 2016).

Peran Public Relations dalam Meredam Konflik dan Miskomunikasi

Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi internal adalah potensi terjadinya miskomunikasi atau bahkan konflik antar departemen atau antar level organisasi. Di sinilah Public Relation memiliki peran penting dalam: Public Relation menjembatani perbedaan persepsi. Dalam banyak kasus, miskomunikasi terjadi karena adanya perbedaan persepsi antara karyawan dengan manajemen. Public Relation harus mampu menjelaskan kebijakan atau keputusan manajemen dengan cara yang dapat dipahami oleh seluruh pihak, mengurangi kesalahpahaman yang dapat menimbulkan ketegangan. Public Relation juga mengelola rumor dan informasi yang salah. Public Relation berfungsi sebagai pengelola informasi resmi dalam perusahaan. Ketika muncul rumor atau informasi yang tidak benar, Public Relation harus segera mengambil tindakan untuk mengklarifikasi dan menyampaikan fakta yang sebenarnya kepada karyawan agar situasi tidak berkembang menjadi masalah yang lebih besar.

Alat dan Strategi Komunikasi Internal yang Digunakan oleh Public Relations

Public Relations menggunakan berbagai alat dan strategi untuk mengelola komunikasi internal. Beberapa di antaranya meliputi intranet dan media digital internal contohnya Perusahaan sering kali menggunakan platform digital seperti intranet, aplikasi komunikasi, dan buletin elektronik sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan efisien. Pertemuan langsung dan town hall yaitu Selain komunikasi digital, pertemuan langsung antara manajemen dan karyawan (seperti town hall meetings) adalah cara yang efektif untuk memastikan komunikasi dua arah terjadi secara langsung dan transparan. Public Relation dapat meluncurkan kampanye internal yang fokus pada aspek-aspek tertentu, seperti keselamatan kerja, keberlanjutan, atau inovasi, yang membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi karyawan.

Dampak Komunikasi Internal yang Efektif terhadap Budaya dan Public Relation produktivitas perusahaan

Komunikasi internal yang efektif memberikan dampak langsung terhadap budaya organisasi dan Public Relation produktivitas karyawan. Ketika komunikasi berjalan lancar, karyawan cenderung merasa lebih dihargai dan memahami peran mereka dalam pencapaian tujuan perusahaan. Hal ini tidak hanya meningkatkan moral kerja, tetapi juga mendorong kolaborasi antar tim dan efisiensi operasional. Budaya perusahaan yang didukung oleh komunikasi yang baik akan lebih adaptif terhadap perubahan dan tantangan eksternal. Karyawan yang merasa terhubung secara internal dengan

perusahaan juga lebih loyal dan berkomitmen, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Public Relations (PR) memiliki peran krusial dalam pengembangan budaya organisasi. PR tidak hanya bertugas untuk membangun komunikasi yang efektif antara anggota organisasi, tetapi juga untuk mengelola hubungan dengan publik eksternal. Melalui proses yang mencakup fact finding, planning, communicating, dan evaluation, PR membantu menciptakan suasana kerja yang harmonis dan mendukung pencapaian visi serta misi organisasi. Budaya organisasi, yang terdiri dari nilai-nilai, norma, dan perilaku yang diyakini bersama, menjadi landasan bagi setiap anggota dalam melaksanakan tugasnya. PR berkontribusi pada pembentukan dan penguatan budaya ini dengan melakukan sosialisasi dan komunikasi yang tepat, sehingga setiap individu memahami peran dan tanggung jawabnya. Keseluruhan, PR berfungsi sebagai penghubung antara manajemen dan karyawan, memfasilitasi aliran informasi, dan membantu menciptakan lingkungan yang positif, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja dan produktivitas organisasi. Dalam konteks globalisasi, pentingnya Publik Relation sebagai alat strategis untuk mencapai keselarasan antara internal dan eksternal organisasi semakin tidak terbantahkan (Siregar, 2021).

Kesimpulan dan Saran

Public Relations (Public Relation) memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga komunikasi internal yang efektif di dalam perusahaan. Public Relation tidak hanya bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi dari manajemen kepada karyawan, tetapi juga memfasilitasi dialog dua arah yang memungkinkan keterlibatan karyawan lebih maksimal. Melalui strategi komunikasi yang baik, Public Relation mampu memperkuat budaya perusahaan, meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan, serta meredam konflik dan miskomunikasi yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Alat dan pendekatan yang digunakan oleh Public Relation, seperti intranet, buletin, dan pertemuan langsung, menjadi kunci dalam memastikan bahwa seluruh karyawan memiliki pemahaman yang sama mengenai visi, misi, dan tujuan perusahaan. Oleh karena itu, komunikasi internal yang dikelola dengan baik oleh Publik Relation berdampak signifikan terhadap Public Relation produktivitas dan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Publik Relation memainkan peran penting dalam manajemen perusahaan dengan memastikan aliran komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan. Publik Relation tidak hanya bertanggung jawab untuk menyampaikan kebijakan dan informasi dari manajemen, tetapi juga harus mendengarkan dan merespons masukan dari karyawan. Hal ini penting untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif dan menghindari ketidakpuasan yang dapat berujung pada masalah serius, seperti pemogokan. Komunikasi internal yang baik membantu menyamakan pandangan karyawan terhadap tujuan perusahaan, memperkuat hubungan internal, dan mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan. Publik Relation harus beradaptasi dengan latar belakang budaya dan sosial karyawan, serta menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk memfasilitasi dialog dua arah. Dengan demikian, Publik Relation berfungsi sebagai mediator yang aktif dalam membangun komunikasi yang

konstruktif dan memastikan bahwa kebijakan perusahaan dipahami dan diterima oleh seluruh karyawan (Setyanto & Anggarina, 2017).

Saran kunci keberhasilan Perusahaan oleh Public Relation adalah

Pengembangan Saluran Komunikasi Digital

Perusahaan perlu mengembangkan dan memanfaatkan teknologi digital yang lebih efektif, seperti aplikasi mobile atau platform intranet yang interaktif, untuk mempermudah aliran informasi antara manajemen dan karyawan. Hal ini dapat mempercepat penyampaian informasi dan meningkatkan transparansi di seluruh level organisasi. Pengembangan saluran komunikasi digital oleh public relations adalah bahwa influencer, terutama micro-influencer, memainkan peran yang semakin penting dalam strategi komunikasi modern. Public relations tidak lagi hanya berfokus pada hubungan dengan media massa, tetapi juga perlu menjalin kerjasama dengan influencer yang memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik. Penggunaan media sosial sebagai platform komunikasi memungkinkan organisasi untuk lebih dekat dengan audiens mereka. Dalam hal ini, pemilihan influencer didasarkan pada jumlah pengikut, tingkat interaksi (engagement), dan kesesuaian dengan tujuan perusahaan, baik untuk penjualan produk maupun peningkatan kesadaran merek. Micro-influencer, dengan hubungan yang lebih autentik dan interaktif dengan pengikutnya, dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif dan dipercaya. Selain itu, fitur analitik yang tersedia di platform media sosial memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi dampak dan efektivitas kampanye dengan lebih terukur. Dengan demikian, komunikasi digital melalui influencer menjadi instrumen penting dalam memperluas jangkauan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan public (Girsang, 2020).

Meningkatkan Pelatihan untuk Tim Public Relation

Tim Public Relation sebaiknya terus diberikan pelatihan dan pengembangan kemampuan dalam manajemen komunikasi internal, terutama dalam hal pengelolaan krisis, komunikasi lintas budaya, dan penggunaan alat komunikasi digital yang baru. Ini penting untuk memastikan bahwa mereka selalu siap menghadapi tantangan komunikasi yang berkembang. Public Relations memiliki peran penting dalam menghubungkan manajemen dengan karyawan (publik internal) untuk membangun loyalitas. Kesuksesan organisasi sangat bergantung pada komunikasi internal yang efektif. Melalui pelatihan dan pengelolaan komunikasi, perusahaan dapat menumbuhkan rasa kebersamaan, saling menghargai, dan komitmen dari para karyawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas dan kesetiaan karyawan terhadap organisasi. Pentingnya komunikasi internal terletak pada perannya dalam menghilangkan kesalahpahaman, membangun rasa memiliki, dan menciptakan suasana kerja yang kondusif. Loyalitas karyawan bisa dibentuk melalui keterlibatan aktif, perasaan dihargai, dan hubungan dua arah yang harmonis antara manajemen dan karyawan (Asyifa, 2016).

Mendorong Feedback yang Lebih Aktif

Perusahaan harus terus mendorong karyawan untuk memberikan umpan balik melalui mekanisme yang jelas dan mudah diakses. Public Relation dapat merancang

strategi komunikasi yang memungkinkan karyawan merasa lebih nyaman dan terlibat dalam menyuarakan pendapat mereka, sehingga menciptakan suasana kerja yang lebih inklusif dan terbuka. Strategi komunikasi PR dirancang untuk membangun hubungan positif dan menjaga citra baik organisasi dengan publiknya. Strategi ini melibatkan identifikasi audiens target, penyampaian pesan yang relevan dan menarik, serta penggunaan media yang tepat, seperti media tradisional dan digital. Komunikasi yang transparan dan konsisten sangat penting dalam membangun kepercayaan serta kredibilitas organisasi. Selain itu, penting untuk merencanakan komunikasi yang efektif, terutama dalam situasi krisis, guna mengelola persepsi publik dan meminimalkan dampak negatif. Komunikasi ini dapat diperkuat melalui keterlibatan aktif dengan komunitas dan pemangku kepentingan, misalnya dengan mengadakan konferensi pers atau program tanggung jawab sosial perusahaan (Abdul Sahib et al., 2024).

Evaluasi Berkala atas Komunikasi Internal

Penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi internal. Hal ini dapat dilakukan melalui survei keterlibatan karyawan, analisis saluran komunikasi, dan tinjauan terhadap metode komunikasi yang ada. Dengan melakukan evaluasi, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan menyesuaikan strategi Public Relation untuk lebih baik di masa mendatang. Evaluasi berkala sangat penting untuk menilai keefektifan aktivitas *employee relations* dan komunikasi internal dalam sebuah organisasi. Evaluasi ini membantu mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, serta tingkat partisipasi karyawan dalam kegiatan yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil evaluasi, perusahaan dapat membuat perbaikan dan menyesuaikan strategi *employee relations* guna menciptakan komunikasi yang lebih baik dan lingkungan kerja yang lebih kondusif. Evaluasi yang baik juga harus mencakup indikator keberhasilan yang terstruktur dan sistematis, seperti penggunaan Key Performance Indicators (KPI) (Septaningtyas Hidayat et al., 2021).

Daftar Pustaka

- Abdul Sahib, P., Pd Aria Elshifa, M., Fuadi, A., & Author, Ss. (2024). *Strategi Komunikasi Memperkuat Hubungan Interpersonal dan Public Relation* (Issue June). www.MII-Press.com
- Asyifa, N. (2016). Implementasi Komunikasi Internal dalam Membangun Loyalitas karyawan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XV(1), 1–23. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/viewFile/38/16>
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1299>
- Septaningtyas Hidayat, P., Armawati Sufa, S., Ratnasari, E., Soetomo, U., & Studi Pascasarjana, P. (2021). Peran Departemen Human Resources Development Dalam Aktivitas Employee Relations Pada Bisnis Keluarga (Studi Kasus pada Royal Trawas Hotel & Cottages). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 45–66.
- Setyanto, Y., & Anggarina, P. T. (2017). Public Relations: Membangun Komunikasi

Internal dalam Perusahaan. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 55.
<https://doi.org/10.21070/kanal.v6i1.1424>

Siregar, N. M. (2021). Peran Public Relations Dalam Pengembangan Budaya Organisasi. *Hikmah*, 15(1), 109–122. <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3466>