

Employee Relation dan Kinerja Karyawan

Ananda Syakilla Qurotha Aeni *, Ike Junita Triwardhani

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

Anandasyakilla4@gmail.com, ike.junita@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to understand the implementation of employee relations programs in the form of recognition and appreciation as a strategic effort to enhance employee performance at PT. Bank OCBC NISP, Cibeunying Branch. The research is grounded in the importance of recognizing employee achievements as a form of strategic communication between management and employees to foster motivation and work loyalty. A qualitative approach with a case study method and constructivist paradigm was used, with the main subject being the head manager responsible for executing the program. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results reveal that the recognition and appreciation program is implemented in a structured and periodic manner through various forms of rewards such as certificates, shopping vouchers, domestic and international trips, and interactive activities with supervisors. The program has been successful in boosting employee enthusiasm, fostering a healthy competitive work environment, and strengthening employee engagement. However, the study also identified challenges, including unhealthy competition among employees and the lack of recognition for non-quantitative contributions. In conclusion, the recognition and appreciation program is a key component of employee relations strategies that helps build a productive work culture and supports the sustainable improvement of employee performance.

Keywords: *Employee Relations, Recognition, Appreciation, Work Motivation, Employee Performance*
Keywords: *Advertising, Brand Awareness, Le Minerale.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami implementasi program employee relations dalam bentuk penghargaan dan apresiasi sebagai strategi untuk membangun kinerja karyawan di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penghargaan terhadap pencapaian karyawan sebagai bentuk komunikasi strategis antara manajemen dan karyawan, guna membangun motivasi dan loyalitas kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta paradigma konstruktivisme, dengan subjek utama kepala manajer yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program penghargaan dan apresiasi diimplementasikan secara terstruktur dan berkala, melalui bentuk penghargaan seperti sertifikat, voucher belanja, perjalanan dalam dan luar negeri, serta kegiatan bersama atasan. Program ini dinilai berhasil meningkatkan semangat kerja, menciptakan lingkungan kerja yang kompetitif secara sehat, serta memperkuat employee engagement. Namun demikian, ditemukan juga beberapa hambatan dalam pelaksanaannya, seperti persaingan tidak sehat di antara karyawan dan kurangnya apresiasi terhadap kontribusi non-kuantitatif. Kesimpulannya, program penghargaan dan apresiasi menjadi bagian penting dari strategi employee relations dalam membentuk budaya kerja yang produktif dan mendukung peningkatan kinerja karyawan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Employee Relations, Penghargaan, Apresiasi, Motivasi Kerja, Kinerja Karyawan*

A. Pendahuluan

PT. Bank OCBC NISP sebagai salah satu institusi perbankan terkemuka di Indonesia memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas kerja karyawannya melalui berbagai strategi pengelolaan sumber daya manusia, salah satunya melalui program penghargaan dan apresiasi. Program ini merupakan bagian dari employee relations yang bertujuan memberikan apresiasi atas kontribusi dan pencapaian karyawan. Penghargaan yang diberikan tidak hanya bersifat material, tetapi juga simbolik, seperti pemberian sertifikat, ucapan langsung dari atasan, maupun pengakuan dalam forum internal perusahaan

Pelaksanaan program penghargaan dan apresiasi di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying dilakukan secara berkala dan terstruktur. Program ini dikelola oleh divisi Human Capital (HC) yang bekerja sama dengan para kepala departemen untuk mengidentifikasi karyawan berprestasi berdasarkan Key Performance Indicator (KPI) yang telah ditetapkan. Setiap akhir kuartal, dilakukan evaluasi kinerja yang disertai dengan rekomendasi pemberian penghargaan baik dalam bentuk insentif finansial maupun apresiasi simbolik seperti "Employee of the Month", sertifikat penghargaan, serta pengakuan dalam rapat atau forum internal cabang. Dan ada juga program penghargaan tahunan berupa perjalanan ke luar negeri bagi karyawan yang berhasil mencapai target kinerja diatas 80%. Selain itu terdapat program penghargaan bulanan yang diberikan kepada karyawan yang berhasil mencapai target minimal 22 nasabah dalam satu bulan, yaitu berupa perjalanan dalam negeri atau voucher belanja.

Reward diberikan kepada karyawan sebagai bentuk apresiasi atas kinerja yang baik dan pencapaian target perusahaan. Jenis reward ini bisa berupa reward finansial, seperti insentif dan liburan, maupun reward non-finansial seperti pengakuan publik atau kesempatan promosi. Reward berfungsi sebagai alat motivasi eksternal yang bertujuan meningkatkan kinerja karyawan dengan memberikan insentif nyata atas usaha mereka (Widyastuti, 2020).

Menurut Mangkunegara (2017), implementasi program penghargaan yang terstruktur dan konsisten mampu meningkatkan kepuasan kerja dan produktivitas karyawan secara signifikan. Menurut Wihardi, D., Kristanty, S., & Mulyati, K. D. P. (2024), Secara umum, implementasi program employee relations yang komprehensif telah terbukti memberikan dampak positif pada kinerja organisasi.

Employee relations adalah kegiatan Public Relations di perusahaan yang bertujuan mengupayakan serta menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan karyawan. Employee relations dapat diartikan sebagai hubungan kerja sama antara semua pihak terkait yang ada di dalam perusahaan. Hubungan yang dimaksud dalam hal ini menyangkut hubungan antar karyawan, pengusaha atau pihak manajemen, dan juga pemerintah. Kegiatan Employee Relations adalah salah satu bagian dari Public Relations yang khusus menangani karyawan. Menurut (Wihardi, Kristanty, & Mulyati, 2024),

Salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah melalui implementasi program employee relations yang bertujuan menciptakan hubungan kerja yang harmonis antara perusahaan dan karyawan. Employee relations mencakup berbagai kegiatan dan program yang dirancang untuk membangun komunikasi yang efektif, kepercayaan, dan rasa saling menghargai dalam lingkungan kerja.

Penelitian ini difokuskan pada program penghargaan dan apresiasi sebagai bagian dari employee relations di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying. Fokus utama penelitian adalah mengkaji sebab akibat program tersebut terhadap peningkatan kinerja karyawan dalam lingkup cabang tersebut, bukan secara keseluruhan pada perusahaan secara nasional.

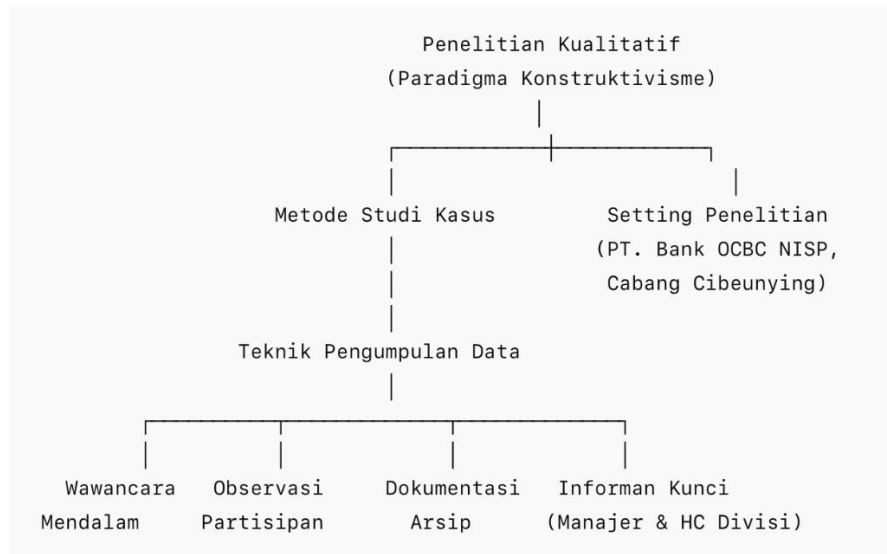
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan Program Employee Relation dengan Kinerja Karyawan?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pelaksanaan program penghargaan dan apresiasi sebagai bagian dari program employee relations di PT. BANK OCBC NISP.
2. Untuk menganalisis fungsi strategis employee relation dalam menciptakan budaya kerja yang produktif
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program penghargaan dan apresiasi di PT.BANK OCBC NISP.

B. Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, suatu pendekatan penelitian yang menekankan secara mendalam mengenai fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia secara deskriptif dan interpretatif, bukan dengan pengukuran numerik. (Sugiyono, 2020) Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama.

Peneliti menggunakan paradigma kualitatif konstruktivisme. Paradigma ini berpandangan bahwa realitas sosial bersifat relatif, tidak tunggal, dan dibentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, serta konstruksi makna dari individu atau kelompok. (Creswell, 2014) menjelaskan bahwa dalam paradigma konstruktivisme, peneliti mencari pemahaman mendalam terhadap dunia kehidupan subjek dengan menekankan makna yang diberikan oleh individu.



Gambar 1. Tahapa Riset

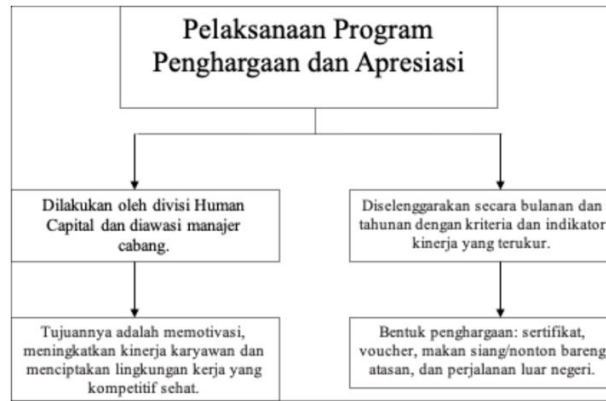
Paradigma konstruktivisme sangat relevan untuk digunakan dalam penelitian ini karena fokus penelitian berada pada bagaimana karyawan memahami, merespons, dan merasakan dampak dari program penghargaan dan apresiasi yang dijalankan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi program penghargaan dan apresiasi dalam membangun kinerja karyawan di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying. Studi kasus memungkinkan peneliti mengkaji fenomena secara kontekstual dan holistik dalam lingkungan nyata.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam yaitu teknik pengumpulan data dengan berinteraksi langsung dengan informan untuk memperoleh informasi secara rinci dan mendalam. dalam menyusun daftar pertanyaan wawancara, peserta dapat mengajukan pertanyaan yang bertujuan untuk menggali informasi terkait pengalaman, pendapat, perasaan, pengetahuan, indera, demografi. (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, 2012).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil penelitian mengenai Employee Relation dan Kinerja Karyawan, yang diuji menggunakan teknik wawancara mengikuti model Miles dan Huberman, yang mengutamakan analisis interaktif.



Gambar 2. Pelaksanaan Program Penghargaan dan Apresiasi

Penelitian ini menemukan bahwa program penghargaan dan apresiasi di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying dijalankan dengan sistematis. Bentuk penghargaan terbagi menjadi materiil (voucher, hadiah, perjalanan) dan non-materiil (sertifikat, ucapan, kegiatan sosial bersama). Fungsi strategis program ini meliputi:

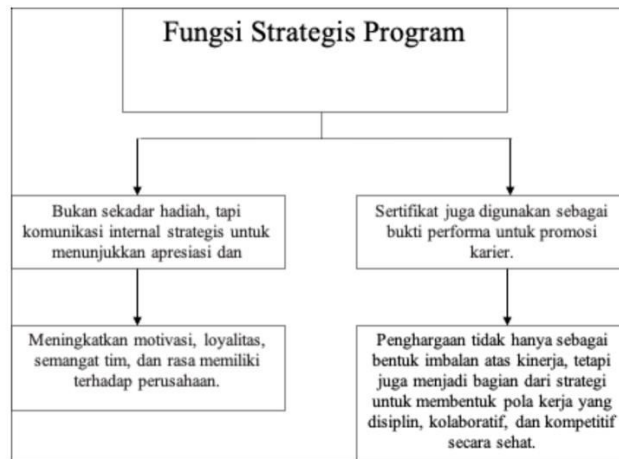
1. Meningkatkan motivasi kerja dan semangat pencapaian target.
2. Membangun budaya kerja yang kompetitif dan produktif.
3. Menumbuhkan rasa memiliki dan loyalitas terhadap perusahaan.
4. Memperkuat komunikasi internal antara manajemen dan karyawan.

Program ini juga menjadi bagian dari strategi komunikasi organisasi dalam menginternalisasi nilai perusahaan. Karyawan merasa diperhatikan, dihargai, dan diakui kontribusinya, sehingga meningkatkan kinerja secara signifikan.

Tabel 1. Rincian Bentuk Penghargaan

Jenis Penghargaan	Periode	Bentuk Penghargaan	Kriteria
Penghargaan Bulanan	Bulanan	Sertifikat, Voucher Belanja	Minimal 22 nasabah/bulan
Penghargaan Tahunan	Tahunan	Perjalanan Luar Negeri	Top 20 nasional dengan capaian >80% target
Penghargaan Non-Materi	Berkala	Nonton bareng atasan, Makan siang bersama	Kinerja menonjol secara kolektif/tim
Apresiasi Internal	Situasional	Pengakuan langsung dari atasan	Loyalitas, inisiatif kerja, partisipasi tim

Jenis-jenis penghargaan yang diberikan oleh PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying berdasarkan periode dan kriteria tertentu. Penghargaan bulanan diberikan kepada karyawan yang mampu mencapai target minimal 22 nasabah baru per bulan, biasanya berupa sertifikat dan voucher belanja. Sementara itu, penghargaan tahunan diberikan kepada karyawan dengan capaian kinerja terbaik di tingkat nasional, berupa perjalanan luar negeri. Terdapat pula penghargaan non-materiil yang bersifat kolektif, seperti makan siang atau nonton bersama atasan, untuk meningkatkan kebersamaan tim. Apresiasi internal juga diberikan secara situasional atas inisiatif kerja dan loyalitas karyawan, sebagai bentuk penghargaan simbolik yang memperkuat hubungan emosional antara atasan dan bawahan.

**Gambar 3.** Fungsi Strategis Program

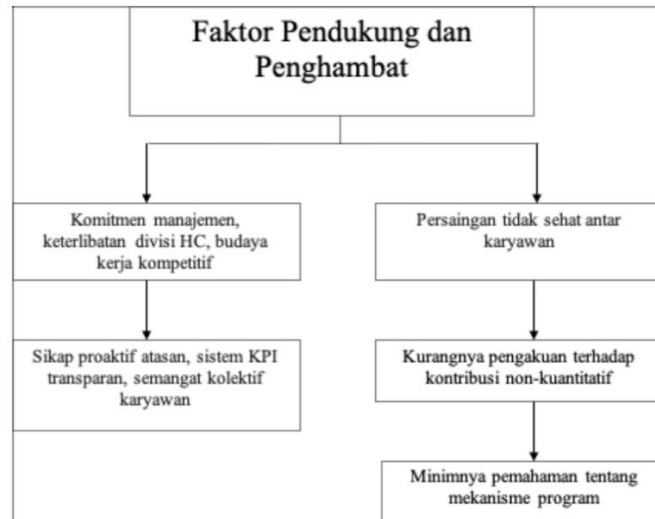
Dalam pelaksanaan program penghargaan dan apresiasi di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying, ditemukan sejumlah faktor yang turut memengaruhi keberhasilan maupun tantangan program tersebut. Faktor-faktor ini berasal dari internal organisasi, struktur manajerial, serta dinamika karyawan dalam menghadapi program yang dijalankan secara berkala.

Tabel 2. Pendukung dan Penghambat Program Penghargaan dan Apresiasi

Jenis Faktor	Deskripsi
Pendukung	Komitmen manajemen, keterlibatan divisi HC, budaya kerja kompetitif
	Sikap proaktif atasan, sistem KPI transparan, semangat kolektif karyawan
Penghambat	Persaingan tidak sehat antar karyawan
	Kurangnya pengakuan terhadap kontribusi non-kuantitatif
	Minimnya pemahaman tentang mekanisme program

Faktor-faktor internal yang mendukung dan menghambat implementasi program penghargaan. Faktor pendukung meliputi komitmen kuat dari manajemen, keterlibatan aktif divisi Human Capital, serta budaya kerja yang kompetitif dan kolaboratif. Selain itu, adanya sistem evaluasi berbasis KPI yang transparan serta kepemimpinan yang proaktif menjadi aspek penting dalam memastikan kelancaran program. Namun, beberapa faktor penghambat juga teridentifikasi, seperti persaingan tidak sehat antar karyawan, kurangnya pengakuan terhadap kontribusi non-kuantitatif, serta keterbatasan pemahaman karyawan terhadap mekanisme program yang berpotensi menimbulkan persepsi negatif terhadap sistem penghargaan.

(McQuail & Deuze, 2020) menjelaskan bahwa komunikasi internal yang terbuka adalah kunci dalam membentuk persepsi karyawan yang positif terhadap kebijakan organisasi. Jika karyawan merasa bahwa sistem penghargaan dilaksanakan secara adil, transparan, dan berorientasi pada proses kerja yang etis, maka mereka akan lebih menerima hasil dan tetap menjaga semangat kompetitif secara sehat.



Gambar 4. Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam pelaksanaan program penghargaan dan apresiasi di PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying, ditemukan sejumlah faktor yang turut memengaruhi keberhasilan maupun tantangan dari program tersebut. Faktor-faktor ini berasal dari internal organisasi, seperti kebijakan manajemen yang mendukung budaya apresiasi, hingga struktur manajerial yang menentukan arah pelaksanaan program secara teknis. Selain itu, dinamika karyawan juga menjadi bagian yang tidak bisa diabaikan—terutama terkait bagaimana mereka merespons sistem penghargaan yang berjalan secara berkala.

Meskipun program ini memiliki tujuan positif untuk meningkatkan motivasi dan kinerja, realitas di lapangan menunjukkan adanya hambatan, salah satunya adalah keterbatasan dalam komunikasi internal. Tidak semua karyawan memahami secara menyeluruh mengenai indikator, kriteria, serta mekanisme seleksi penerima penghargaan. Hal ini berpotensi menimbulkan persepsi yang keliru, seperti anggapan bahwa sistem tidak adil atau hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu, khususnya yang berada di divisi yang targetnya terukur secara kuantitatif, seperti sales.

Kurangnya sosialisasi dan pelibatan karyawan dalam proses evaluasi program juga dapat memperkuat kesan tersebut. Maka dari itu, komunikasi internal yang transparan dan partisipatif menjadi kunci penting agar program penghargaan tidak hanya dipandang sebagai bentuk formalitas, tetapi benar-benar dirasakan manfaatnya oleh seluruh karyawan dari berbagai divisi.

Menurut (Robbins & Judge, 2006), pengakuan terhadap karyawan merupakan salah satu teknik manajerial yang paling sederhana, namun paling ampuh dalam meningkatkan motivasi kerja.

Ada pula kriteria untuk mendapatkan program penghargaan dan apresiasi sebagai berikut.

Tabel 3. Kriteria Program Penghargaan dan Apresiasi

Kategori Penghargaan	Kriteria Penilaian	Waktu Penilaian	Penanggung Jawab
Bulanan	Minimal 22 nasabah baru	Setiap akhir bulan	HC & Kepala Manajer Cabang
Tahunan	Capaian KPI $\geq$ 80% + peringkat nasional	Akhir tahun	HC Nasional
Apresiasi Non-Materi	Loyalitas, partisipasi tim, inisiatif kerja	Situasional	Atasan langsung
Apresiasi Khusus Tim	Keberhasilan tim mencapai target kolektif	Per kuartal	Kepala Cabang & Divisi

Kriteria yang digunakan meliputi aspek kuantitatif seperti jumlah nasabah (untuk penghargaan bulanan) dan capaian KPI nasional (untuk penghargaan tahunan), yang dinilai secara rutin oleh tim Human Capital dan kepala manajer cabang. Untuk apresiasi non-materi dan tim, penilaian dilakukan secara situasional dan kolektif, berdasarkan loyalitas, inisiatif kerja, dan keberhasilan mencapai target bersama. Tabel ini menggambarkan bahwa penghargaan tidak hanya didasarkan pada angka, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai kerja sama, inisiatif, dan kontribusi non-formal.

Melalui program ini, karyawan merasa diperhatikan dan diakui secara personal maupun profesional, sehingga mereka lebih terlibat dalam tujuan bersama perusahaan. Ini sejalan dengan prinsip employee relations yang menekankan pentingnya interaksi dua arah antara manajemen dan karyawan untuk menciptakan hubungan kerja yang harmonis.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: Program penghargaan dan apresiasi di PT. Bank OCBC NISP dilaksanakan secara terstruktur dan berkelanjutan dengan mengacu pada Key Performance Indicator (KPI). Penghargaan yang diberikan mencakup sertifikat, voucher belanja, kegiatan bersama atasan, hingga perjalanan dinas sebagai bentuk apresiasi terhadap karyawan berprestasi. Program ini tak hanya memotivasi, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara manajemen dan karyawan.

Manajemen memandang program ini sebagai strategi untuk membangun semangat kerja dan menanamkan budaya kerja positif. Konsistensi dan keadilan dalam pemberian penghargaan turut menciptakan rasa percaya diri, rasa memiliki, serta meningkatkan loyalitas karyawan. Peran aktif divisi Human Capital, keterlibatan kepala manajer, dan indikator penilaian yang sesuai menjadi faktor pendukung utama keberhasilan program ini.

Namun, beberapa hambatan masih ditemukan, seperti persaingan tidak sehat antar karyawan, fokus berlebih pada target kuantitatif, dan menurunnya motivasi bagi karyawan yang belum memperoleh penghargaan. Risiko program dianggap sebagai formalitas juga perlu diantisipasi melalui komunikasi yang lebih terbuka dan bermakna.

Berdasarkan teori dua faktor Herzberg, program ini merupakan faktor motivator yang dapat meningkatkan kepuasan kerja, karena mencakup aspek pengakuan, pencapaian, dan tanggung jawab. Ketika dijalankan dengan tepat, penghargaan mampu meningkatkan semangat, loyalitas, dan produktivitas karyawan secara menyeluruh.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Bank OCBC NISP Cabang Cibeunying atas kesempatan yang telah diberikan untuk melakukan penelitian, serta atas keterbukaan dan kerja sama dari seluruh pihak yang terlibat selama proses pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Ike Junita Triwardhani atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti dalam penyusunan artikel ini. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada abang yang senantiasa memberikan dukungan moril dan semangat tanpa henti.

Daftar Pustaka

- Alamsyah Nusantara Azis, & Sofyan, A. (2021). Hubungan antara Daya Tarik Iklan Instagram Nah Project dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 17–22. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.65>
- Surya Ramadiansyah, & Chaerowati, D. L. (2021). Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.64>

- Arimie, O. A., & Oronsaye, A. U. (2020). The Influence of Employee Relations on Employee Performance in the Nigerian Banking Sector. *International Journal of Human Resource Studies*, 45–47.
- Chandra, D., & Syardiansah, M. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12–20.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2006). *Organizational Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Widyastuti, S. (2020). Pengaruh reward terhadap motivasi kerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(1), 45–52.
- Wihardi, D., Kristanty, S., & Mulyati, K. D. P. (2024). Pengaruh employee relations terhadap kinerja organisasi: Studi empiris pada sektor perbankan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 100–112.