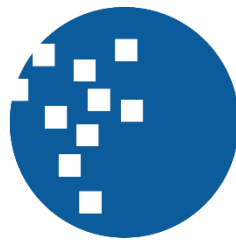


**STRATEGI *EMPLOYEE RELATIONS* PRAXIS PR AGENCY  
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN  
SELAMA PANDEMI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Enric Feego**

**00000028308**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**STRATEGI *EMPLOYEE RELATIONS* PRAXIS PR AGENCY  
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN  
SELAMA PANDEMI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Enric Feego**

**0000028308**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Enric Feego

Nomor Induk Mahasiswa : 00000028308

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:


Strategi *Employee Relations* Praxis PR Agency dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Selama Pandemi

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk skripsi yang telah saya tempuh.

Jakarta, 8 Juni 2022

UMMN



The image shows a digital signature block with a handwritten signature, a QR code, and a 10,000 Rupiah e-meter stamp. Below the signature is the text "eSign" and the name "(Enric Feego)".

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Strategi *Employee Relations* Praxis PR Agency dalam Meningkatkan Motivasi  
Kerja Karyawan Selama Pandemi

Oleh

Nama : Enric Feego

NIM : 00000028308

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 8 Juni 2022

Pembimbing



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
0304078404/054738

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Strategi *Employee Relations* Praxis PR Agency dalam Meningkatkan Motivasi  
Kerja Karyawan Selama Pandemi

Oleh

Nama : Enric Feego

NIM : 00000028308

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Juni 2022

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.  
NIK: 034813

Penguji



Digitally signed  
by Chininta Rizka  
Angelia  
Date: 2022.07.08  
16:33:52 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si.  
NIDN: 0320079201

Pembimbing



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
0304078404/054738

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Enric Feego  
NIM : 00000028308  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Strategi *Employee Relations* Praxis PR Agency dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Selama Pandemi.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Enric Feego)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Peneliti sangat bersyukur atas anugerah dan pancaran cinta kasih yang dilimpahkan oleh Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan karunia untuk menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi *Employee Relations* Praxis PR Agency dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Selama Pandemi”. Selama menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini, banyak sekali bantuan dan dukungan yang datang dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Pembimbing Skripsi.
5. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si., selaku Penguji dalam sidang skripsi.
6. Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang dalam sidang skripsi.
7. M. Adwi Yudiansyah, selaku *Founder & Director* di PT Prima Praxis Komunika yang menjadi informan dalam penelitian.
8. Mercy Tahitoe, selaku *Partner* di PT Prima Praxis Komunika yang menjadi informan dalam penelitian.
9. Agnes Maharani, selaku *Associate* di Praxis PR Agency yang menjadi informan dalam penelitian.
10. Anggelin Triastifani, selaku *Associate* di Praxis PR Agency yang menjadi informan dalam penelitian.
11. Teguh Poeradisastra, selaku informan ahli dalam penelitian.
12. Kedua orang tua peneliti, Susanto Wijaya dan Ng Tjhui Lie yang tidak pernah lelah memberikan cinta kasih, dukungan, dan motivasi.

13. Ketiga kakak perempuan peneliti, Vionee Carla, Charlene Vitricia, dan Nesa Alicia yang tidak pernah lelah memberikan cinta kasih, dukungan, dan motivasi.

14. Teman-teman Pusdiklat Citra Maitri Jaya yang selalu memberikan semangat, dorongan, dan doa agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembacanya.

Jakarta, 8 Juni 2022



Enric Feego

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



# STRATEGI *EMPLOYEE RELATIONS* PRAXIS PR AGENCY DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN SELAMA PANDEMI

Oleh: Enric Feego

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah memberikan tantangan tersendiri bagi banyak perusahaan di Indonesia; tidak terkecuali bagi perusahaan agensi seperti Praxis PR Agency. Sejak adanya pandemi, perusahaan tersebut beserta karyawannya mulai menghadapi berbagai tantangan baru yang turut menurunkan motivasi dalam bekerja. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mampu meningkatkan motivasi kerja para karyawannya; salah satunya dengan menerapkan strategi *employee relations* yang baik dan tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *employee relations* Praxis PR Agency dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan selama pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggunakan paradigma post-positivistik. Konsep yang digunakan adalah strategi, *employee relations*, komunikasi internal, dan motivasi kerja. Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan melakukan observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik penjabaran pola dan pembuatan eksplanasi; yang selanjutnya diuji keabsahannya dengan teknik triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat strategi *employee relations* yang dilakukan di Praxis PR Agency untuk meningkatkan motivasi kerja karyawannya selama masa pandemi ini; mulai dari mengomunikasikan kepercayaan kepada karyawan, menciptakan komunikasi internal yang baik dan efektif di dalam perusahaan, membantu memenuhi lima kebutuhan dasar karyawan, hingga menciptakan dan melaksanakan berbagai program *employee relations*. Berbagai strategi yang dilakukan tersebut dinilai sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan karyawan dan meningkatkan motivasi mereka dalam bekerja. Akan tetapi, masih ada beberapa strategi yang perlu diperbaiki dan dikembangkan kembali agar hasilnya dapat lebih optimal.

Kata kunci: *employee relations*, motivasi kerja, pandemi Covid-19, Praxis PR Agency, strategi

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# *PRAXIS PR AGENCY'S EMPLOYEE RELATIONS STRATEGY IN INCREASING EMPLOYEES' WORK MOTIVATION DURING PANDEMIC*

By: Enric Feego

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has presented its challenges for many companies in Indonesia; with no exception for agency companies like Praxis PR Agency. Since the pandemic, the company and its employees have begun to face new challenges that have reduced work motivation. Therefore, it is important for companies to be able to increase their employees' work motivation; one of them by implementing good and appropriate employee relations strategies. The purpose of this study is to determine Praxis PR Agency's employee relations strategies in increasing employees' work motivation during the pandemic. This research is a case study research with a descriptive qualitative approach that uses a post-positivistic paradigm. The concepts used are strategy, employee relations, internal communication, and work motivation. In this study, data were obtained by conducting non-participant observations, in-depth interviews, and documentation studies. The data is then analyzed using pattern matching techniques and explanation making; which is then tested for validity using source and method triangulation techniques. The results show that there are four employee relations strategies that Praxis PR Agency implemented to increase their employees' work motivation during this pandemic; starting from communicating trust to employees, creating good and effective internal communication within the company, meeting the employees' five basic needs, to creating and implementing various employee relations programs. These strategies are considered to be quite good in meeting the employees' needs and increasing their work motivation. However, there are still several strategies that need to be improved and developed so that the results can be more optimal.*

*Keywords: Covid-19 pandemic, employee relations, Praxis PR Agency, strategy, work motivation*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN AWAL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	12
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	12
1.5.3 Keterbatasan Penelitian .....	12
BAB II KERANGKA TEORI/KONSEP .....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan .....	21
2.2.1 <i>Employee Relations</i> sebagai Bagian dari Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	21
2.2.2 Strategi <i>Employee Relations</i> dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan .....	22
2.2.2.1 Komunikasi Internal sebagai Bagian dari Strategi <i>Employee</i> <i>Relations</i> .....	25
2.2.2.2 Pemenuhan Kebutuhan Dasar Karyawan sebagai Bagian dari Strategi <i>Employee Relations</i> .....	29
2.3 Alur Berpikir .....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	36
3.1 Paradigma Penelitian .....	36
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	37
3.3 Metode Penelitian .....	38
3.4 Informan Penelitian .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	43

3.6	Teknik Keabsahan Data .....	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Profil Praxis PR Agency.....	48
4.1.1.1	Visi Misi Perusahaan .....	53
4.1.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	54
4.1.2	Informan dari Praxis PR Agency.....	57
4.1.3	Informan Ahli .....	62
4.2	Hasil Penelitian .....	63
4.2.1	Kebijakan yang Ditetapkan oleh Praxis PR Agency pada Awal Pandemi Covid-19 .....	64
4.2.2	Kendala yang Dialami Perusahaan Akibat Pandemi Covid-19 .....	67
4.2.3	Motivasi Kerja Karyawan di Praxis PR Agency Selama Pandemi	69
4.2.3.1	Pandangan Informan terhadap Pentingnya Motivasi Kerja bagi Keberlangsungan Hidup Perusahaan.....	69
4.2.3.2	Kendala Umum yang Dialami Karyawan dan Dampaknya terhadap Motivasi Kerja.....	71
4.2.4	Tahapan dalam Merencanakan, Melaksanakan, hingga Mengevaluasi Strategi dan Program <i>Employee Relations</i> .....	77
4.2.5	Strategi <i>Employee Relations</i> Praxis PR Agency Selama Pandemi.	80
4.2.5.1	Penyampaian Kepercayaan kepada Karyawan.....	80
4.2.5.2	Perwujudan dan Pelaksanaan Komunikasi Internal yang Baik dan Efektif di dalam Perusahaan .....	92
4.2.5.2.1	Pandangan Informan terkait Pentingnya Komunikasi Internal yang Bersifat Timbal Balik dalam Suatu Perusahaan .....	92
4.2.5.2.2	Komunikasi Internal di Praxis PR Agency pada Masa Pandemi.....	96
4.2.5.2.2.1	Aktivitas Komunikasi Internal di Praxis PR Agency pada Masa Pandemi .....	96
4.2.5.2.2.2	Jalur Komunikasi di Praxis PR Agency.....	105
4.2.5.2.2.3	Kendala Komunikasi yang Dihadapi dan Solusinya.....	113
4.2.5.2.3	Tujuan Dilakukannya Komunikasi Internal di Praxis PR Agency .....	126
4.2.5.2.3.1	Komunikasi Internal di Praxis PR Agency Tidak Dilakukan untuk Menumbuhkan Sikap Saling Percaya dalam Perusahaan.....	146
4.2.5.2.4	Upaya yang Dilakukan di Praxis PR Agency untuk Membangun Komunikasi Internal yang Baik dan Efektif Selama Pandemi .....	147

4.2.5.2.5	Pandangan Informan Selaku Karyawan terhadap Komunikasi Internal di Praxis PR Agency..	169
4.2.5.3	Pemenuhan Kebutuhan Dasar Karyawan di Praxis PR Agency .....	171
4.2.5.3.1	Kebutuhan dan/atau Keinginan Informan Selaku Karyawan pada Masa Pandemi.....	171
4.2.5.3.2	Upaya yang Dilakukan Pimpinan di Praxis PR Agency untuk Mengetahui Keluhan, Kebutuhan, dan Keinginan Karyawan Selama Pandemi.	173
4.2.5.3.3	Upaya Pemenuhan Kebutuhan Dasar Karyawan Selama Pandemi .....	176
4.2.5.4	Pelaksanaan Program <i>Employee Relations</i> di Praxis PR Agency .....	230
4.2.5.4.1	Program-Program <i>Employee Relations</i> di Praxis PR Agency Selama Pandemi .....	230
4.2.5.4.2	Pandangan Informan terhadap Pelaksanaan Program-Program <i>Employee Relations</i> di Praxis PR Agency Selama Pandemi .....	266
4.3	Pembahasan.....	293
BAB V	.....	331
5.1	Simpulan .....	331
5.2	Saran.....	332
5.2.1	Saran Akademis .....	332
5.2.2	Saran Praktis .....	332
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terkait Pengaruh <i>Burnout</i> terhadap Kinerja Karyawan	4
Tabel 1.2 Hasil Penelitian Terkait Pengaruh <i>Employee Relations</i> terhadap Motivasi Kerja Karyawan .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 4.1 Daftar Klien Praxis PR Agency .....	51
Tabel 4.2 Tabel Jawaban Hasil Wawancara .....	269



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Manfaat dari Melibatkan dan Memotivasi Karyawan.....	5
Gambar 2.1 Teori Hierarki Kebutuhan Maslow .....	33
Gambar 4.1 Logo Praxis PR Agency .....	48
Gambar 4.2 Logo Empat Unit Bisnis PT Prima Praxis Komunika.....	51
Gambar 4.3 Penghargaan Praxis dalam Ajang <i>Marketing PR Awards 2017</i> .....	53
Gambar 4.4 Penghargaan Praxis sebagai <i>The Best Media Relations</i> dalam ajang <i>PR Agency of The Year 2019</i> .....	53
Gambar 4.5 Foto M. Adwi Yudiansyah.....	58
Gambar 4.6 Foto Mercy Tahitoe.....	59
Gambar 4.7 Foto Agnes Maharani .....	60
Gambar 4.8 Foto Anggelin Triastifani.....	61
Gambar 4.9 Foto Teguh Poeradisastra .....	62
Gambar 4.10 Suasana <i>Sharing Session</i> di Praxis PR Agency.....	231
Gambar 4.11 Pemenang <i>Sharing Session Competition</i> Periode Januari-Maret 2021 .....	249
Gambar 4.12 Pemenang <i>Internal Blog Competition</i> .....	249
Gambar 4.13 Pemberian Koin Emas kepada Karyawan .....	251
Gambar 4.14 Dokumentasi Acara <i>Movie Night</i> Tim Praxis PR Agency .....	252
Gambar 4.15 Dokumentasi Acara Makan Malam Bersama Tim Praxis PR Agency .....	253
Gambar 4.16 Dokumentasi Acara <i>Sport Routines</i> Tim Praxis PR Agency .....	254
Gambar 4.17 Dokumentasi Acara <i>Praxis' Media Gathering</i> .....	255
Gambar 4.18 Dokumentasi Acara Buka Puasa Bersama Tim Praxis PR Agency .....	256
Gambar 4.19 Dokumentasi Acara Perayaan Natal dan Tahun Baru di Praxis PR Agency .....	257
Gambar 4.20 Gabungan Momen <i>Welcoming &amp; Farewell Party</i> di Praxis PR Agency (Olahan Peneliti) .....	259
Gambar 4.21 Gabungan Momen Acara <i>Praxis 10<sup>th</sup> Anniversary</i> (Olahan Peneliti) .....	260

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Berpikir dalam Penelitian .....	35
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT Prima Praxis Komunika (Olahan Peneliti).....	54



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN A. FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
2. LAMPIRAN B. HASIL UJI TURNITIN
3. LAMPIRAN C. HASIL TRANSKRIP WAWANCARA (INFORMAN DARI PRAXIS PR AGENCY)
4. LAMPIRAN D. HASIL TRANSKRIP WAWANCARA (INFORMAN AHLI)
5. LAMPIRAN E. JAWABAN TERTULIS DARI INFORMAN AHLI
6. LAMPIRAN F. BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI DARING
7. LAMPIRAN G. *CURRICULUM VITAE* (CV)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA