

SOSIALISASI MANAJEMEN KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS SDM PADA KARYAWAN DI PT ROYAL AGRINDO PACIFIC

**Efendi¹, Julyanthry^{2*}, Debi Eka Putri³, Nelly Ervina⁴, Christine Loist⁵, Sepbeariska Manurung⁶,
Rosma Simangunsong⁷**

1,2^{*,3,4,5,6)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Indonesia

7) Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, Indonesia

*Corresponding e-mail: yoe.lianthry@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertemakan Sosialisasi Manajemen Komunikasi untuk Meningkatkan Kualitas SDM bertujuan memberikan pengetahuan serta meningkatkan tentang bagaimana pengelolaan komunikasi yang baik dan efektif guna peningkatan kualitas kerja karyawan di lingkungan organisasi baik secara internal maupun eksternal. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu melalui ceramah dan diskusi. Runtutan kegiatan ini diawali dengan pembukaan, uraian tentang manajemen komunikasi, pentingnya manajemen komunikasi, hambatan dalam melakukan komunikasi, serta trik membangun komunikasi yang efektif, dan dilanjutkan dengan diskusi karyawan mengenai topik pengabdian. Melalui kegiatan diskusi, pimpinan Pt. Royal Agrindo Pasific sangat apresiatif karena berbagai masukkan dan cara membangun komunikasi yang efektif, khususnya berkaitan dengan menyikapi berbagai masalah dalam komunikasi yang dihadapi karyawan dalam bekerja.

Kata Kunci: Komunikasi; Kualitas SDM; Sosialisasi

Abstract

The implementation of community service activities with the theme Socialization of Communication Management to Improve HR Quality aims to provide knowledge and improve how to manage good and effective communication in order to improve the quality of work of employees in the organizational environment both internally and externally. The method used in carrying out this activity is through lectures and discussions. The sequence of these activities begins with an opening, a description of communication management, the importance of communication management, barriers to communication, and tricks for building effective communication, and continues with employee discussions on the topic of dedication. Through discussion activities, the leadership of Pt. Royal Agrindo Pacific is very appreciative for various inputs and ways to build effective communication, especially with regard to addressing various problems in communication faced by employees at work.

Keywords: Communication; HR Quality; Socialization

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial dan menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih untuk menciptakan pengertian Komunikasi yang terjalin dalam keseharian dapat bersifat formal maupun informal. Dalam bisnis, komunikasi menjadi media mengalirnya informasi dalam organisasi. Manajemen komunikasi merupakan hal yang penting, karena erat kaitannya pertukaran arus informasi bagi manajemen untuk mencapai tujuannya. Untuk menyampaikan pesan, bekerja sama, mewujudkan suatu gagasan, tujuan dan lain-lain kita perlu berkomunikasi (Turistiati, 2016). Jika seseorang piawai dalam berkomunikasi, makanya mampu memperngaruhi orang lain untuk mengikuti arahannya sehingga dia menjadi orang yang disegani (Hidayat, Herlisya and Apriyanto, 2022). Komunikasi yang efektif sangat bergantung pada keterampilan seseorang dalam mengirim maupun menerima pesan. Kita menyaksikan begitu banyak proyek atau program perusahaan macet ditengah jalan hanya gara-gara miss-komunikasi para anggotanya, begitupun sebaliknya ketika mampu menyampaikan informasi secara tepat dapat memberikan dampak positif dalam kinerja perusahaan.

Melalui kegiatan pra survei dan curah pendapat dengan mitra diidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi mitra terkait komunikasi dan manajemen komunikasi. Permasalahan mitra antara lain berkait bagaimana membangun komunikasi yang efektif khususnya dengan pihak eksternal, negosiasi dan peningkatan kinerja sumber daya manusia pada lingkungan kerja. Hal ini tentunya akan

mempengaruhi proses bisnis jika terus diabaikan, mengingat aktifitas utamanya sebagai perusahaan trading yang pastinya terkait negosiasi bisnis. Cultip, Allen and Brrom dalam (Ramadhana and Sudrajat, 2020), menyatakan komunikasi dapat berlangsung efektif dengan menerapkan *Seven Communication (7C)* yang terdiri dari *completeness* (lengkap/komplit), *concreteness* (konkret), *courtesy* (sopan), *correctness* (ketepatan), *clarity* (jelas), *consideration* (penuh pertimbangan) dan *conciseness* (ringkas/padat). Model komunikasi 7C inilah yang menjadi pendekatan dalam pelatihan komunikasi efektif untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan kinerja sumber daya manusia di PT Royal Agrindo Pacific.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, tujuan kegiatan ini diupayakan dalam rangka meningkatkan pengetahuan mengenai manajemen komunikasi untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam organisasi baik internal maupun eksternal serta peningkatan kualitas SDM melalui manajemen komunikasi yang efektif. Sehingga melalui pemaparan yang disampaikan, menambah pemahaman pada karyawan agar menjadi karyawan yang profesional dalam melakukan pekerjaannya dan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Kegiatan ini dilakukan pada hari Kamis, 19 Januari 2023 kepada karyawan di PT Royal Agrindo Pacific dengan alamat Jl. Kapten Muslim Komplek Ivory B-1, Kota Medan, Sumatera Utara. Jarak ke lokasi mitra yakni dari Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung membutuhkan waktu perjalanan sekitar 2,5 jam dengan menggunakan kendaraan roda empat.

Materi yang disampaikan terdiri dari 1. Konsep Komunikasi dan Komunikasi Bisnis, yaitu tentang komunikasi, komunikasi bisnis, proses komunikasi dan tujuan komunikasi 2. Unsur-unsur komunikasi, tentang hal komponen yang perlu diperhatikan dalam membangun komunikasi yang efektif 3. Negosiasi, menjelaskan tentang unsur-unsur negosiasi dan tips bernegosiasi serta cara berkomunikasi dalam sebuah negosiasi. 4. Pemahaman tentang karakteristik individu, bertujuan menguraikan berbagai karakteristik individu dan cara nenyikapinya ketika berkomunikasi maupun negosiasi untuk meningkatkan kesuksesan kinerja karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi merupakan kegiatan pertukaran informasi baik secara lisan maupun tulisan. Komunikasi efektif memungkinkan seseorang dapat saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang atau kelompok yang hasilnya sesuai dengan harapan. Kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima pesan sebagai bentuk dari keefektifan komunikasi dan menciptakan umpan balik sebagai reaksi dari proses komunikasi. Setidaknya kita harus menguasai empat keterampilan dasar dalam komunikasi, yaitu membaca-menulis (bahasa tulisan) dan mendengar-berbicara(bahasa lisan) dalam komunikasi.

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, yang mencakup komunikasi verbal dan nonverbal (Purwanto, 2011). Komunikasi telah didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia, sehingga untuk terjadinya proses komunikasi minimal terdiri dari 3 unsur yaitu: pengirim pesan (komunikator), penerima pesan (komunikan) dan pesan itu sendiri.

1. Komunikator adalah Pengirim pesan (komunikator) adalah manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan motif.
2. Komunikan adalah Komunikan (penerima pesan) adalah manusia yang berakalbudi, kepada siapa pesan komunikator ditujukan
3. Pesan adalah Pesan bersifat abstrak. Pesan dapat bersifat konkret maka dapat berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan.
4. Saluran komunikasi dan media komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
5. Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya.
6. Umpan balik dapat dimaknai sebagai jawaban komunikan atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya. Pada komunikasi yang dinamis, komunikator dan komunikan terus-menerus saling bertukar peran.

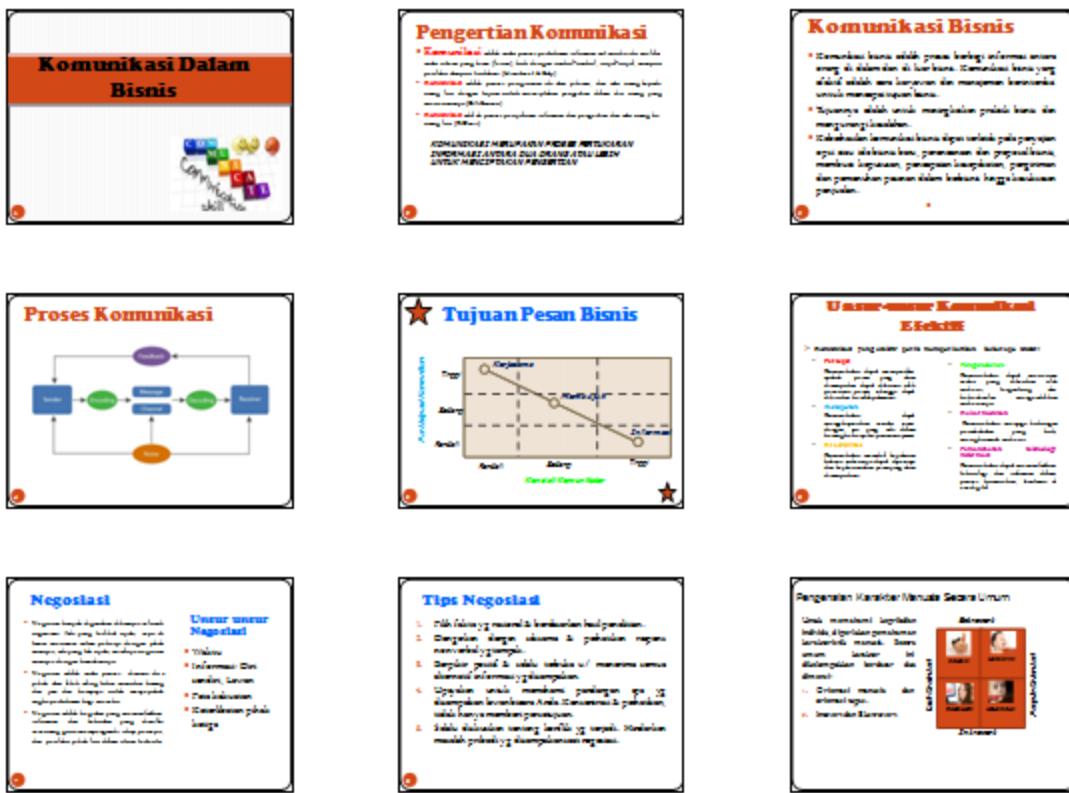
Tidak selamanya komunikasi dapat berjalan dengan baik. Namun selalu ada saja hambatan komunikasi yang terjadi. Hambatan komunikasi bisa mempersulit penyampaian pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, dan mempersulit memberikan umpan balik. Hambatan komunikasi bisa terjadi pada semua konteks komunikasi dapat menyebabkan komunikasi menjadi tidak efektif. Pengertian hambatan komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi adalah rintangan yang terjadi dalam lingkungan kerja saat menyajikan pertukaran ide atau gagasan atau pikiran. Hambatan komunikasi pada dasarnya terdiri atas beberapa macam gangguan dan rintangan (Dewi, 2007), yaitu:

1. Gangguan teknis, misalnya gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat komunikasi, dan lain-lain.
2. Gangguan simantik merupakan gangguan yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Misalnya kata-kata yang terlalu banyak menggunakan jargon asing, penggunaan bahasa yang berbeda, dan penggunaan struktur bahasa yang tidak sebagaimana mestinya.
3. Gangguan psikologis merupakan rintangan yang terjadi karena adanya persoalan dalam diri individu. Misalnya rasa curiga, situasi berduka, atau gangguan kejiwaan.
4. Rintangan fisik atau organik merupakan rintangan karena perbedaan status sosial dan senioritas. Misalnya, antara raja dengan rakyat, antara atasan dan bawahan, atau antara dosen dan mahasiswa.
5. Rintangan kerangka berpikir merupakan rintangan yang terjadi karena adanya perbedaan pola pikir. Perbedaan pola pikir bisa disebabkan karena pengalaman dan latar belakang pendidikan yang berbeda.
6. Rintangan budaya merupakan rintangan yang disebabkan oleh perbedaan norma, kebiasaan, dan nilai-nilai yang di anut.

Ada beberapa hal yang mendukung terciptanya komunikasi efektif, tentunya yang dapat diterapkan di ruang lingkup organisasi. Beberapa langkah dalam fungsi komunikasi melalui model 7C digunakan untuk memastikan komunikasi efektif di organisasi. Materi tentang 7C merupakan kompetensi dari komunikasi efektif yang menyediakan daftar parameter yang berguna sebagai komponen bagaimana informasi dihasilkan, baik secara tertulis dan maupun lisan yang disampaikan dengan cara yang jelas, berorientasi pada tujuan, dan terstruktur dengan baik. Materi *Seven communication* yaitu pemaparan tentang tujuh strategi komunikasi (Ramadhana and Sudrajat, 2020), yaitu :

1. *Completeness*, merupakan komunikasi yang lengkap dan menyampaikan semua fakta yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pengirim pesan harus mempertimbangkan pandangan pelanggan dan menyampaikan pesan yang sesuai.
2. *Concreteness*, adalah untuk memperkuat kepercayaan diri dalam membangun relasi dan untuk menghindari agar pesan tidak disalahartikan. Para peserta berlatih untuk menyampaikan informasi secara konkret dengan menunjukkan komunikasi dengan sesama dengan rekan kerjanya terlebih dahulu.
3. *Courtesy*, inti dari komunikasi ini adalah sopan dan santun dalam pesan, mampu menunjukkan ekspresi pengirimnya serta harus menghormati penerimanya. Peserta berlatih untuk mengirimkan informasi dengan santun yang mempertimbangkan pandangan serta perasaan penerima pesan.
4. *Correctness*, inti dari komunikasi ini adalah untuk menegaskan tidak ada kesalahan tata bahasa dalam komunikasi. Peserta berlatih untuk memilah informasi dan menyampaikan informasi dengan pesan yang tepat, benar.
5. *Clarity*, inti dari materi ini adalah kejelasan pesan. Kejelasan dalam komunikasi membuat pemahaman lebih mudah, muncul kejernihan pikiran dan gagasan meningkatkan makna pesan.
6. *Consideration*, inti dari materi ini adalah pertimbangan untuk merasakan pandangan orang lain (di posisi orang lain). Materi ini memberikan penegasan tentang komunikasi yang harus mempertimbangkan latar belakang, pola pikir dan tingkat pendidikan, dan lain-lain. Peserta berlatih untuk menyampaikan informasi dengan memastikan harga diri audiens dipertahankan dan emosi mereka tidak terluka.
7. *Conciseness*, inti dari materi ini adalah mengomunikasikan apa yang ingin disampaikan dengan meringkas, tanpa mengubah inti dan pesan informasi. Komunikasi ini bertujuan untuk menghemat

waktu, biaya, dan menghindari menggunakan kata-kata yang berlebihan dan tidak perlu yang dapat menjadikan pesa/ informasi menjadi bias.



Sumber : Dokumentasi pribadi (2023)
Gambar 1. Materi Komunikasi dan Manajemen dalam Bisnis

PEMBAHASAN

Sepanjang pengamatan selama pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada tanggal 19 Januari 2023, terlihat antusiasme peserta, dimana peserta memperhatikan setiap penjelasan dan memberi respon melalui diskusi. Beberapa pertanyaan disampaikan peserta tentang bagaimana menghadapi misskomunikasi dalam penyampaian pesan karena perbedaan persepsi antara komunikan dan komunikator? Solusi yang dapat diberikan atas kondisi demikian adalah memperjelas informasi dan menyampaikan langsung tanpa perantara, khususnya bagi penyampaian pesan menggunakan tulisan (*whatsapp*) sebaiknya menggunakan panggilan langsung atau pesan suara. Pertanyaan berikutnya berkaitan dengan cara berkomunikasi efektif dengan ragam latar belakang penerima pesan (seperti pendidikan, jenis kelamin, karakter, dan lainnya)? Timmenyarankan dengan menjelaskan tentang karakteristik karakter individu, pemahaman mengatasi sesuai sifat dan karakter mereka, serta menyesuaikan dalam penggunaan bahasadalam berkomunikasi sesuai dengan perbedaan latar belakang tersebut.

Mengakui tentang hambatan komunikasi dan pentingnya komunikasi efektif berdasarkan pendapat peserta, maka beberapa langkah dalam fungsi komunikasi melalui model 7C digunakan untuk memastikan komunikasi efektif di organisasi. Materi Seven communication yaitu pemaparan tentang tujuh strategi komunikasi. Seven Communication (7C) yang terdiri dari completeness (lengkap/komplit), concreteness (konkret), courtesy (sopan), correctness (ketepatan), clarity (jelas), consideration (penuh pertimbangan) dan conciseness (ringkas/padat).



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023
Gambar 2. Kunjungan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023
Gambar 3. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diharapkan memberikan manfaat setiap proses komunikasi, khususnya dalam organisasi. Tantangan dan hambatan komunikasi pada PT Royal Agrindo Pasifik lebih banyak terkait pada komunikasi ekternal dan negosiasi. Memahami seperti apa proses komunikasi, hambatan dan gangguan yang dapat terjadi serta bagaimana penanganannya dengan harapan akan mampu memelihara keharmonisan hubungan kemanusiaan dalam organisasi serta meningkatkan kinerja sumber daya manusia organisasi. Pelatihan komunikasi dengan pendekatan 7C menjadi pilihan alternatif bagi pencapaian komunikasi yang efektif di PT Royal Agrindo Pacific untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan kualitas sumber daya manusia.

SARAN

Untuk mendukung pencapaian manajemen komunikasi, sebaiknya seluruh karyawan memahami bagaimana cara melakukan komunikasi yang efektif. Pendekatan komunikasi dengan konsep *Seven Communication* (7C) yang terdiri dari *completeness* (lengkap/komplit), *concreteness* (konkret), *courtesy* (sopan), *correctness* (ketepatan), *clarity* (jelas), *consideration* (penuh pertimbangan) dan *conciseness* (ringkas/padat) dapat menjadi pilihan penyelesaian masalah dalam komunikasi. Diharapkan dengan pemilihan model pendekatan ini proses komunikasi di dalam organisasi dapat meningkatkan keterampilan karyawan dalam membangun hubungan dengan sesama karyawan maupun pihak eksternal. Jika hal ini dapat dicapai maka seluruh karyawan dapat meningkatkan performa kerja dan profesional dalam menyelesaikan pekerjaannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung berterima kasih atas kesempatan yang diberikan dalam dalam pelatihan ini, terutama kepada Pimpinan PT Royal Pasific Agrindo, Ibu Stefanny Wijaya, B. Hosp yang telah mendukung penuh pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih ini juga kami sampaikan kepada seluruh staff atas kesungguhannya selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. (2007) *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Hidayat, N., Herlisya, D. and Apriyanto, S. (2022) Pelatihan Public Speaking Dan Presentation Skill Dalam Manajemen Komunikasi Bisnis Untuk Pegawai. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 3(01), pp. 13–20. doi:10.24967/jams.v3i1.1571.
- Purwanto, D. (2011) Komunikasi Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Ramadhana, M. R. and Sudrajat, R. H. (2020). Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), pp. 693–700. doi: 10.31849/dinamisia.v4i4.4099.
- Sari, A. W. (2016). Pentingnya Keterampilan Mendengar Dalam Menciptakan Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal EduTech*, 2(1), pp. 1–10. doi: <https://doi.org/10.30596/edutech.v2i1.572>.
- Turistiati, A. T. (2016). Pentingnya Komunikasi Efektif dalam Mensosialisasikan dan Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Prosiding Seminar STIAMI, 3(1), pp. 103–111.