



ANALISIS KEEFEKTIFAN KOMUNIKASI PADA BAGIAN UMUM PT X

Muhammad Abdul Hanif

D-4 Administrasi Perkantoran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Christian Wiradendi Wolor

D-4 Administrasi Perkantoran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Marsofiyati

D-4 Administrasi Perkantoran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Korespondensi penulis: MUHAMMADABDULHANIF_1703520004@mhs.unj.ac.id

Abstract

This research was conducted at the General Section of PT X when working employees interacted between one employee and another. Communication is also carried out by employees with superiors either verbally or non-verbally. Exchange of ideas or discussions is also carried out by employees as an exchange of communication to obtain clear information. For this reason, it is necessary to understand the effectiveness of communication and how good communication between employees and superiors is applied by the company. The findings that occur are new employees who do not understand the procedures and work systematics on their part. Communication is a mandatory condition for the creation of a social interaction. With the delivery of effective communication, it is also expected to be effective and minimize errors in work.

Keywords: *Effectiveness, Employees, Communication*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Bagian Umum PT X saat bekerja para karyawan berinteraksi antara karyawan satu dengan karyawan yang lain. Komunikasi juga dilakukan oleh karyawan dengan atasan baik secara verbal atau non-verbal. Pertukaran ide atau diskusi juga dilakukan oleh karyawan sebagai pertukaran komunikasi untuk mendapatkan suatu informasi yang jelas. Untuk itu perlu memahami keefektifan komunikasi serta cara berkomunikasi yang baik antara karyawan dan atasan yang diterapkan perusahaan. Temuan yang terjadi terdapat karyawan baru yang tidak memahami prosedur dan sistematis pekerjaan pada bagiannya. Komunikasi merupakan suatu syarat wajib dapat terciptanya suatu interaksi sosial. Dengan penyampaian komunikasi yang efektif ini diharapkan pula keefektifitasan serta meminimalisir kesalahan yang ada dalam pekerjaan.

Kata kunci: Efektivitas, Karyawan, Komunikasi

LATAR BELAKANG

Pada saat mengelola sumber daya manusia dalam suatu perusahaan atau organisasi kita dituntut untuk bersungguh – sungguh dalam menggapai keberhasilan tujuan perusahaan. Maka dari itu perlunya pengalaman, sikap disiplin, serta sikap bertanggung jawab atas pekerjaan yang dikerjakan agar menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Untuk dapat mencapai segala tujuan suatu perusahaan terdapat aspek penting yang harus dijalankan, diantaranya ialah aspek informasi dan komunikasi antar pegawai. Maka untuk mencapai suatu tujuan perusahaan diperlukan informasi dan komunikasi yang relevan dan akurat. Dalam kegiatan sehari-hari saat bekerja para karyawan berinteraksi antara karyawan satu dengan karyawan yang lain. Komunikasi juga dilakukan oleh karyawan dengan atasan baik secara verbal atau non-verbal. Pertukaran ide atau diskusi juga dilakukan oleh karyawan sebagai pertukaran komunikasi untuk mendapatkan suatu informasi yang jelas. Sebuah komunikasi dikatakan berhasil apabila dilakukan secara efektif. Proses komunikasi efektif jika komunikator dapat menyampaikan pesan – pesan yang dimaksud kepada penerima pesan dengan baik. Artinya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dapat dimengerti dan dipahami secara menyeluruh oleh komunikan tersebut.

KAJIAN TEORITIS

A. Pengertian Komunikasi Efektif

Menurut (Untari Ningsih, 2023) Komunikasi yang efektif akan membantu kita memahami orang lain dan kondisi dengan baik, memungkinkan kita untuk mengatasi perbedaan, membangun kepercayaan dan rasa hormat, dan menciptakan lingkungan yang membangkitkan ide, pemecahan masalah, pengaruh dan perhatian.

Makhluk sosial tidak pernah terlepas dari komunikasi, karena merupakan penyampaian informasi berupa gagasan, ide, sikap, pesan dari pengirim untuk mengubah suatu pola pikir, pandangan dan pemahaman seseorang dengan pemahaman yang lebih positif ke penerima pesan, sehingga informasi yang diterima dapat berjalan dengan baik. Lalu komunikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah

organisasi karena dalam organisasi terdapat sekumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama.

B. Unsur-unsur dalam Komunikasi Efektif

Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu: (Nurjaman & Umam, 2012)

1. Komunikator: orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok.
2. Komunikan: orang yang menerima pesan dari komunikator.
3. Saluran atau media: jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Nurjaman dan Uman berpendapat bahwa setiap unsur tersebut memiliki hubungan yang sangat erat dan saling berketergantungan satu dan lainnya yang dapat menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi.

C. Faktor Penunjang Komunikasi Efektif

Menurut (Zuwirda, 2016) terdapat 4 faktor penunjang agar komunikasi dapat tersampaikan dengan efektif, diantaranya yaitu:

a. Faktor pada komponen pesan

Agar informasi dapat diterima oleh komunikan, kata kita harus dapat menciptakan kondisi yang tepat. meliputi:

- 1) Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan,
- 2) Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang dimengerti oleh komunikan,
- 3) Pesan harus dapat menimbulkan kebutuhan pribadi,
- 4) Pesan hendaklah memberikan suatu jalan untuk memenuhi kebutuhan agar ia memberikan tanggapan sesuai dengan yang diharapkan.

b. Faktor pada Komunikan

Walaupun isi pesan yang disampaikan sama, menggunakan saluran yang sama, tidak menjamin bahwa pesan tersebut mendapat pemahaman yang sama dari

komunikasikan. Latar belakang sosial, budaya, usia, jenis kelamin, perhatian, dan kepentingan seseorang sangat berpengaruh terhadap penerimaan suatu pesan. Oleh sebab itu, sebelum melakukan komunikasi, kenali siapa komunikasikan yang dihadapi. Dengan mengetahui siapa komunikasikan yang dihadapi, maka komunikator dapat menentukan:

- 1) Waktu yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan,
- 2) Bahasa atau simbol yang akan digunakan agar pesan mudah dimengerti,
- 3) Sikap dan nilai yang harus ditampilkan oleh komunikator agar pesan diterima secara efektif,
- 4) Jenis kelompok di mana komunikasi akan diadakan.

c. Faktor pada Sumber

Terdapat tiga faktor penting pada komunikator sebagai sumber pesan agar komunikasinya efektif yaitu kredibilitas), daya tarik komunikator, dan kekuatan atau kekuasaan sumber.

1. Kredibilitas menunjuk pada kondisi di mana sumber dinilai punya pengetahuan, keahlian, atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikannya, sehingga penerima percaya bahwa apa yang disampaikan itu bersifat objektif.

Beberapa pengalaman menunjukkan bahwa kepercayaan yang besar dapat meningkatkan daya perubahan sikap, sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima komunikasikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Untuk memperoleh kepercayaan yang besar, komunikator harus mempunyai keahlian dan mengetahui kebenaran, mempunyai integritas yang tinggi. Selain itu juga harus obyektif dalam memotivasi apa yang diinginkan.

2. Daya tarik dari sumber mempunyai kemampuan yang besar untuk menentukan keberhasilan upaya persuasi agar terjadi perubahan sikap pada komunikasikan. Apabila sumber dinilai “menarik” oleh penerima, maka usaha persuasi akan lebih cepat berhasil karena ada proses identifikasi pada penerima pesan. Ini disebabkan karena komunikasikan merasa adanya kesamaan dalam

berbagai hal, sehingga komunikan merasa puas dan tunduk terhadap pesan yang dikomunikasikan.

3. Kekuatan/kekuasaan sumber juga mempengaruhi efektifitas komunikasi. Kekuatan atau kekuasaan sumber terhadap penerima dapat terjadi melalui tiga cara yaitu:
 - a. Kharisma yang melekat pada sumber, cenderung mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi seseorang,
 - b. Wibawa otoritas, ini berkaitan dengan kedudukan atau otoritas formal. Sumber yang memiliki kedudukan formal mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi bawahannya,
 - c. Kompetensi atau keahlian yang dimiliki sumber, mempengaruhi efektivitas dalam mempengaruhi komunikan (Sendjaja & dkk, 2003).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi pada PT X pada Bagian Umum. Observasi dilakukan pada Januari 2023 sampai dengan Mei 2023 penelitian ini berfokus pada variabel keefektifan komunikasi pada karyawan PT X. Analisis dalam penelitian ini ialah karyawan yang telah bekerja pada PT X khususnya pada Bagian Umum. Sedangkan untuk jumlah partisipan dalam penelitian berjumlah 5 partisipan dengan teknik wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam untuk menunjang data yang dibutuhkan penulis.

Untuk teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *member checking* berarti data hasil wawancara dikonfrontasikan kembali dengan partisipan untuk membaca, mengoreksi, atau memperkuat hasil data yang dibuat oleh peneliti. Dengan bentuk yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman meliputi reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Partisipan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi efektif yang diterapkan oleh PT X maka penulis melakukan penelitian sesuai dengan tahap – tahap yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. PT X merupakan perseroan terbatas yang bergerak di bidang Konsultan Teknik dan Manajemen. Di dalam struktur perusahaannya PT X membagi menjadi 5 bagian penting bagi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan, diantaranya:

No.	Partisipan	Jenis Kelamin	Lama Bekerja	Bidang
1.	Partisipan A	L	22 tahun	Kepala Bagian Umum
2.	Partisipan B	P	15 tahun	Senior Staf Umum
3.	Partisipan C	L	5 tahun	Staf Umum
4.	Partisipan D	L	3 tahun	Staf Umum
5.	Partisipan E	L	1,5 tahun	Staf Junior Umum

2. Persepsi Karyawan Terhadap Keefektifan Komunikasi

Pandangan merupakan suatu cara seseorang dalam mengartikan suatu hal, yang dimana setiap orang memiliki pendapatnya masing masing dalam menanggapi hal tersebut.

- a. Partisipan A : “Komunikasi efektif adalah komunikasi yang memberi kemudahan dalam mendapatkan informasi”
- b. Partisipan C : “Komunikasi dikatakan efektif jika memudahkan orang yang memberi dan menerima informasi.”
- c. Partisipan D : “Komunikasi efektif itu komunikasi yang mudah di mengerti, jadi memiliki fungsi mempercepat perpindahan informasi.”

3. Dampak Positif Adanya Keefektifan Komunikasi

Berikut hasil wawancara antara partisipan dengan penulis mengenai dampak positif dari Keefektifan Komunikasi.

- a. Partisipan B: “Komunikasi efektif memiliki manfaat agar tidak salah tangkap dalam menerima informasi.”
- b. Partisipan E: “Komunikasi efektif merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan.”
- c. Partisipan D: “Komunikasi dapat dikatakan efektif bisa kedua belah pihak memiliki persepsi yang sama.”

4. Pembahasan

PT X memiliki sumber daya yang menunjang. PT X bergerak di bidang teknik dan manajemen yang memiliki kerjasama dengan berbagai perusahaan milik negara. Maka dari itu komunikasi komunikasi sangat penting diterapkan.

Dalam kondisi atau keadaan pada saat terjadinya permasalahan, yaitu karyawan baru yang tidak memahami prosedur dan sistematika pekerjaan pada divisi tersebut, karena tidak adanya sikap keterbukaan dan sikap empati terhadap karyawan. Sehingga pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan tersebut tidak efektif.

Maka dari itu solusi yang diberikan agar komunikasi dapat menjadi lebih efektif yaitu, Kepala Bagian SDM dan Umum harus memberikan sosialisasi terhadap karyawan baru, memberikan pengenalan lingkungan di perusahaan, serta memberikan pelatihan. Lalu dengan mempunyai sikap keterbukaan sesama karyawan dan atasan serta memiliki rasa empati yang tinggi, memiliki kemampuan untuk memahami dan mengerti suatu masukan, maka akan menghasilkan komunikasi efektif antara pegawai satu dengan lainnya.

Melalui komunikasi yang efektif dapat mengembalikan suatu hubungan yang baik antar karyawan dengan karyawan, maupun karyawan dengan atasan, sehingga dapat mengatasi permasalahan pada Bagian Umum PT X dengan melakukan sosialisasi dari manajer sumber daya alam kepada karyawan lama maupun karyawan baru.

Dengan demikian maka menurut Penulis, setiap orang akan melakukan komunikasi untuk mendapatkan sebuah informasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan untuk mendapatkan hasil yang dituju.
2. Menerima dan mengolah pesan dengan baik dan benar, agar setiap informasi dapat dimengerti dan dipahami.
3. Menciptakan ide atau gagasan yang membangun, serta memberikan kritik dan saran dengan sopan.

Berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Maka berdasarkan Teori diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif ialah suatu hal yang seperti pesan,

denga dua pihak yang melakukan komunikasi dengan tujuan menyampaikan informasi dan kedua belah pihak itu harus memahami isi informasi yang diberikan.

Dalam keadaannya karyawan menggunakan komunikasi efektif masih terdapat kendala seperti kurang percaya diri dalam penyampaian pesan dan kurang terbuka. Hal ini menjadi penghambat dalam proses komunikasi sehingga pekerjaan yang dikerjakan kurang efektif. Efektivitas komunikasi yang dilakukan pada Bagian Umum PT X (Persero) akan memberikan suatu hasil yang maksimal bagi perusahaan bila karyawan pun lebih memperhatikan lingkungan kerjanya dengan baik.

Hubungan komunikasi efektif pada Bagian Umum PT X harus ditingkatkan untuk menghasilkan sesuatu yang efektif dan efisien di dalam pekerjaan. Pentingnya sebuah komunikasi di kegiatan sehari-hari memberikan manfaat dan tujuan yang baik bagi komunikator dan komunikan untuk mencapai suatu hasil yang maksimal

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam suatu perusahaan komunikasi merupakan suatu hal yang penting, komunikasi efektif pun harus dilaksanakan agar dapat mempercepat pertukaran informasi dan meminimalisir kesalahpahaman pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila informasi tersebut dapat mencapai tujuannya dan antara pengirim dan penerima informasi memiliki persepsi yang sependapat.

Dengan pentingnya suatu komunikasi efektif, maka kita sadari bahwa perlunya kerjasama dan pendekatan diri kepada sesama karyawan agar memiliki jiwa kekeluargaan dan lebih percaya diri dalam menyampaikan pesan dan informasi. Saran bag peneliti selanjutnya agar dapat lebih luas menemukan bahan penelitian dari pandangan dari karyawan terhadap keefektifan komunikasi, dan manfaat komunikasi efektif. Hasil penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk penerapan komunikasi efektif pada perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh partisipan, perusahaan, dan pihak yang terlibat dalam penyusunan artikel ini. Tanpa dukungan dan kontribusi, artikel ini tidak akan terwujud. Penulis sangat mengapresiasi kerja keras dan komitmen dalam membantu penulis menyelesaikan artikel ini. Penulis berharap artikel ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dan menjadi referensi yang berguna untuk masa depan. Terima kasih sekali lagi atas dukungan dan kontribusi kalian dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Asriadi, A. (2020). Komunikasi Efektif Dalam Organisasi. *Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, II*. doi: <https://doi.org/10.47435/retorika.v2i1.358>
- Aziz, F., & Suyardi, E. (2017). Pengaruh budaya organisasi dan komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai di biro umum kementerian pendidikan dan kebudayaan republik indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*.
- Daniel, J., Sutton, P., & Harris, N. (2001). Extreme Programming Requires Extreemely Effective Communication Skills to Students in an IT Degree.
- Daryono. (2017). Komunikasi Antar Pribadi: Pustakawan dengan Pemustaka dalam Memberikan Layanan Jasa di Perpustakaan. *Jurnal Kepustakawanan dan Masyarakat Membaca*.
- Efendi, E., Kamala, M. Y., & Arianti, M. (2023). Komunikasi Sebagai Proses Simbolik: Studi Literatur. *Journal on Education*.
- Jannah, M., Darmini, & Rochmayanti, D. (2018). Komunikasi Efektif Berperan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien Di Instalasi Radiologi. *Jurnal LINK*, 28 - 33.
- Jaya, S. (2021). Strategi Membangun Komunikasi Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kinerja Guru Di Sekolah. *Pionir: Jurnal Pendidikan*. Dipetik February 18, 2023, dari <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Pionir/article/download/10290/5747>
- Nisa, H. (2018). Komunikasi Yang Efektif Dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal KeIslaman Dan Kebudayaan*, 49-63.

- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia. Dipetik February 18, 2023
- Winbaktianur, & Sutono. (2017). Analisis Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Psikologi Islam Al - Qalb*. Diambil kembali dari <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alqalb/article/download/877/699>
- Zuwirda. (2016, November 1). Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*.