

KOMUNIKASI PERSUASIF YANG DIPERLUKAN DI PT. JALA KRIDA WISESA

Alexander Agung Lukas

Fakultas Manajemen dan Bsinis, Universitas Ciputra
E-mail: aagung01@student.ciputra.ac.id

Abatract: *This is research is done at PT Jala Krida Wisesa which runs in service field. The purpose of this research is to know whether the persuasive can influence the company of PT Jala Krida Wisesa, together can increase communication among workers, supervisors, and leader. This research studies about the activities of workers, Supervisors, and leader whether they also use persuasive communication technique while doing their work, and what kind of persuasive communication that is needed to increase that work. This research uses qualitative technique and data collection uses interview and triangulation source informants of this research are workers, supervisors and leader uses purposive sampling, from data analysis result that is obtained shows that persuasive communication that is needed is the work that can wake the workers, Supervisors and leader communicate each other to get persuasive communication that is needed and the result of the interview with workers, Supervisors, and leader. The result of data analysis is that every time when the workers do their work, they give ideas, From those ideas, it is build up communication between the supervisors and the leader.*

Key Word: *Persuasive Communication, Organizational Structure, Communication Technique*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan pada PT Jala Krida Wisesa yang bergerak di bidang jasa, Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah komunikasi persuasif bisa berpengaruh dengan perusahaan PT Jala Krida Wisesa, sekaligus bisa meningkatkan komunikasi antara tukang, *supervsior*, dan pemimpin. Penelitian ini mempelajari akan kegiatan tukang, *supervisor*, dan pemimpin apakah mereka juga menggunakan teknik komunikasi persuasif saat melakukan pekerjaan mereka, dan komunikasi persuasif apa yang dibutuhkan agar bisa meningkatkan pekerjaan tersebut. Penelitian ini akan menggunakan teknik kualitatif dan pengumpulan data menggunakan wawancara, dan triangulasi sumber informan dari penelitian ini adalah tukang, *supervsior* dan pemimpin, menggunakan teknik *purposive sampling*, dari hasil analisis data yang didapatkan bahwa komunikasi persuasif yang dibutuhkan adalah pekerjaan yang bisa membuat tukang-supervsior dan pemimpin saling berkomunikasi antar satu sama lain untuk mengetahui komunikasi persuasif yang diperlukan dan hasil dari wawancara dengan tukang, *supervsior*, dan pemimpin hasil dari analisis data setiap kali tukang melakukan pekerjaan mereka memberikan ide dari ide tersebut maka terbangun komunikasi antara *supervsior* dan pemimpin antara *supervisor* dan tukang, tukang juga harus berkoordinasi dengan *supervsior* untuk menambah hasil laporan yang tukang kerjakan setiap hari, agar komunikasi perusahaan bisa berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Struktur organisasi, Teknik komunikasi.

PENDAHULUAN

Komunikasi persuasif bisa memberikan motivasi dan meningkatkan kinerja perusahaan yang sangat strategis untuk mendorong dan meningkatkan efektivitas kinerja organisasi, khususnya kinerja manajemen, peranan tenaga kerja sebagai faktor produksi sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan, dalam hal ini sumber daya manusia adalah aset terpenting bagi perusahaan bila dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Sekaligus para pemimpin dan karyawan harus bisa berkomunikasi satu sama lain dengan baik tak ada masalah antara kedua pihak tersebut pemimpin harus bisa menyuruh para anggota untuk bekerja dengan baik dan cepat.

Oleh karena itu diperlukan pengetahuan mengenai sikap persuasif yang diperlukan oleh pemimpin PT Jala Krida Wisesa agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sesuai dengan penelitian oleh Teknik Komunikasi Persuasif Guru Dalam Mengembangkan Kecerdasan Spritual Siswa (Studi Pada Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kota Bengkulu), oleh Sari, Nasar and Yudisiani (2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan guru untuk mengembangkan kecerdasan spiritual siswanya.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa selama ini guru menerapkan teknik komunikasi persuasif pada siswa dengan menumbuhkan motivasi serta pencontohan langsung sikap guru yang sesuai dengan tuntunan dalam Islam yang dilakukan melalui kegiatan pengembangan diri. Dan keterkaitan dengan penelitian ini pemimpin bisa memberikan tugas yang bisa membuat para pekerja bekerja sesuai dengan keinginan pemimpin. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif yang diperlukan di PT Jala Krida Wisesa.

LANDASAN TEORI

Definisi Komunikasi

Menurut Hidayat (2012) pengertian komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communicare*”, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan. Kata *communis* berarti milik bersama atau berlaku di mana-mana sehingga *communis opinio* berarti pendapat umum atau pendapat mayoritas. Komunikasi menurut Djamarah (2014) ialah proses menyampaikan suatu gagasan dari seseorang kepada orang lain. *Communication* (komunikasi) dapat juga diartikan sebagai proses transmisi atau penerimaan tanda, sinyal atau pesan menurut (Chaplin, 2011).

Komunikasi persuasif

Menurut Devito (2011) komunikasi persuasif ini memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Definisi komunikasi persuasif ada dua menurut De Vito (2011) yaitu mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) *audiens*, dan mendorong *audiens* melakukan sesuatu atau memiliki tingkah laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan.

Persuasif

Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan lain, *persuasio*, yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu, Soemirat (2011) mendefinisikan secara umum tentang komunikasi persuasi merupakan, melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi, dan halus, dengan akibat munculnya kesadaran, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan *persuader* atau komunikator. Komunikasi Persuasi bukanlah hal mudah karena banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar orang mau mengubah sikap dan pendapat, menurut Soemirat (2011) ada tiga tujuan pesan komunikasi persuasif yaitu:

1. Membentuk tanggapan (*Shaping Responces*) dimana tujuan persuasif adalah berusaha membentuk cara sasaran memberikan tanggapannya,
2. Penguatan tanggapan (*Reinforcing Responces*) yang dimaksud dengan penguatan tanggapan adalah hubungan produk, gagasan, isu terhadap sasaran, dari ide kita orang sudah ada nilai *like* atau *dislike* terhadap gagasan-gagasan yang kita bicarakan.

3. Pengubahan tanggapan (*Changing Responses*) yang dimaksud dengan pengubahan tanggapan adalah pengubahan tanggapan sasaran-sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap produk, konsep atau gagasan,

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif dan menurut Moleong (2012) mengemukakan pengertian metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll,

Subyek Penelitian

Penelitian memiliki subyek penelitian sebanyak 4 informan yang terdiri dari salah satu CEO ahli dalam perusahaan. Dua karyawan dan 1 supervisor di perusahaan PT Jala Krida Wisesa,

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses yang penting dalam mendukung suatu penelitian menurut Sugiyono (2012) teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara. Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisis *Shaping Response* dan Pembahasan

Informan	Actual	Seharusnya
CEO	"dengan dihitung volume pekerjaannya sesuai dengan gaji mingguan, cukup berarti instruknya dijalankan dengan betul"(B-1/baris ke-2)	CEO bisa memeriksa dari bahasa tubuh, dilihat dari tukang apakah dia tak merespon saat diberitahu instruksi tersebut. Meminta tukang untuk mengulangi instruksi yang diberikan.
Supervisor	"menyesuaikan apa yang ada di lapangan, jadi kalau di lapangan ada kapal ordernya bagaimana akan dilaksanakan, paling tidak sesuaikan yang di survey"(B-4/Bariske-2)	Memastikan bahwa yakin <i>order</i> tersebut sudah sesuai dengan instruksi yang akan dikerjakan oleh tukang. Memeriksa kemajuan pekerjaan tukang apakah sudah sesuai dengan <i>job order</i> .
Tukang	"Ya dari situ, situ bilang benar, orang kapalnya bilang benar, ini sistemnya, ya langsung kerjakan"(B-14/Baris ke-4)	Tukang harus bisa merespons jika diberitahu instruksi berbicara kepada pemimpin bahwa tukang bisa melakukan pekerjaan tanpa ada kesalahan.

Sumber Data: Wawancara

Tabel 2. Analisis *Reinforce Response* dan Pembahasan

Informan	Actual	Seharusnya
CEO	“Sales supervisor juga harus memberikan ide-ide, atau jalan keluar karena dia tahu di lapangan,” (B-1/Baris ke-6). “ya karena dia bertanggung jawab di lapangan, jadi harus berinisiatif” (B-1/Baris ke-8)	Pemimpin juga harus mempertimbangkan: 1. Apakah ide-ide yang diberi oleh <i>supervisor</i> sudah betul, sesuai dengan instruksi pekerjaan. 2. Ide memberikan manfaat (dalam hal kecepatan, biaya, ketelitian).
Supervisor	“paling tidak yang memberitahu progress harus kita, karena kita yang sering koordinasi sama usernya”, (B-4/Baris ke-8)	<i>Supervisor</i> bisa bertukar laporan dengan <i>supervisor</i> lain untuk mendapatkan hasil laporan pekerjaan valid yang bisa dikasih kepada pemimpin.
Tukang	“Ya nggak langsung kerjakan” (B-10/Baris ke-14). “jelas harus punya inisiatif seorang tukang, harus punya ide” (B-15/Baris ke-22)	Tukang bisa memberikan ide kepada tukang yang lain agar bisa menyelesaikan perbaikan pipa lebih cepat

Sumber Data: Wawancara

Tabel 3. Analisis Data *Changing Response*

Informan	Actual	Seharusnya
CEO	“harus sesuai karena dia juga bertanggung jawab, dan dia juga harus memberitahu kepada tukang jangan yang ini, yang betul yang ini terus dia mengasih laporan ke saya, setiap hari” (B-1/Baris ke-10). “Sales supervisor, ya betul karena hasilnya setiap hari diberitahu melalui sms, jadi harus berkonsultasi” (B-2/Baris ke-11)	Pemimpin juga memeriksa tukang yang bekerja di bengkel. <i>Supervisor</i> yang memberikan laporan sesuai dari hasil pekerjaan tukang di lapangan
Supervisor	“Istilahnya kan tiap hari sudah konsultasi laporan-laporan” (B-6/Baris ke-32)	Dari laporan-laporan yang didapatkan dari pekerjaan <i>Supervisor</i> bisa berkonsultasi dengan pemimpin tentang laporan tersebut dan bagaimana untuk pekerjaan selanjutnya. Tukang memberikan laporan ke <i>supervisor</i>

Sumber Data: Wawancara

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Komunikasi persuasif yang dilakukan di PT Jala Krida Wisesa:

1. *Shaping Response*: dalam pembentukan tanggapan, *Supervisor* juga harus memastikan instruksi yang diterima sudah benar. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan konfirmasi.
2. *Reinforce Response*: menilai ide-ide yang diberikan oleh karyawan agar mengetahui apakah mereka telah memahami pekerjaan yang ditugaskan.
3. *Changing Response*: tukang menerima laporan di setiap pekerjaan untuk memastikan tukang melakukan pekerjaan dengan benar

Keterbatasan dan Saran

1. Meningkatkan tingkat komunikasi
2. Arah kepada tukang usahakan agar pemimpin
3. Menggunakan teknik konfirmasi agar tukang bisa tahu sebelum melakukan pekerjaan.

Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperluas cakupan, gaya komunikasi dengan menambahkan *unsure* budaya dan latar belakang penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A Devito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Chaplin, J. P. 2011. *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djamarah, Syaiful Bahri.(2014). *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hidayat, D. 2012. *Komunikasi Antar Pribadi dan Medianya*. 2012: Graha Ilmu.
- Moleong, L.J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sari, Dian Murti, Yudisiani. 2014. *Teknik Komunikasi Persuasif Guru Dalam Mengembangkan Kecerdasan Spritual Siswa (Studi Pada Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kota Bengkulu)* Repository.unib.ac.id.
- Soemirat Soleh, Hidayat Satari, dan Asep Suryana. 2011. *Komunikasi Persuasif*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*'. Bandung: ALFABETA.