

## **PELATIHAN INTERNAL DAN EXTERNAL KOMUNIKASI PADA CEO HARVEST CITY**

Youna Chatrine Bachtiar<sup>1</sup>, Linda Purnamasari<sup>2</sup>, Puspita Chairunnisa<sup>3</sup>, Muh. Ruslan Ramli<sup>4</sup>, Ballian Siregar<sup>5</sup>,

<sup>1,4,5</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Esa Unggul, Jakarta

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk, Jakarta-11510

andiyouna@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*The implementation of community service by the Esa Unggul University Lecturer Team carried out by several lecturers who are a combination of several faculties, namely the Faculty of Communication Science, Computer Science and Economics and Business at PT. Harvest City is to transfer knowledge with the theme "Internal and External Communication to the CEO at PT. Harvest City. This activity was held on September 21. The purpose of this technology transfer activity is to refresh the spirit of the CEOs and employees of PT. Harvest City to return to increase their knowledge after the absence of training during the pandemic. In the business world, communication is very important because the success of a business depends on whether or not a business person is reliable in delivering their products to customers. It also needs a high leadership spirit in managing its employees so that the business runs well with the support of the roles of its employees.*

**Keywords:** *External communication, internal communication, leadership*

### **Abstrak**

Dilaksanakannya pengabdian masyarakat oleh Tim Dosen Universitas Esa Unggul yang dilakukan oleh beberapa dosen yang merupakan gabungan dari beberapa Fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Komunikasi, Ilmu Komputer dan Ekonomi dan Bisnis di PT. Harvest City ini untuk melakukan alih ilmu pengetahuan yang bertema "Komunikasi Internal dan Eksternal pada CEO di PT. Harvest City. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 September. Tujuan dari kegiatan alih teknologi ini adalah menyegarkan kembali semangat para CEO dan para pekerja PT. Harvest City untuk kembali menambah ilmu pengetahuannya setelah tidak adanya pelatihan selama masa pandemi. Dalam dunia bisnis, komunikasi sangatlah penting karena berhasilnya satu bisnis itu tergantung dari handal atau tidaknya seorang pelaku bisnis dalam menyampaikan produknya kepada pelanggan. Juga perlu jiwa kepemimpinan yang tinggi dalam mengatur para karyawannya agar bisnisnya berlangsung dengan baik dengan ditunjang dari peranan para karyawannya.

**Kata kunci:** Komunikasi eksternal, komunikasi internal, kepemimpinan

### **Pendahuluan**

Menurut (Fayol dan Barnard dalam Thoha, 2004: 170) komunikasi merupakan salah satu pusat bahasan di dalam ilmu perilaku organisasi. Agar komunikasi efektif maka komunikator harus tahu mana yang harus dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkan dan harus sesuai dengan apa yang sudah direncanakan atau dituju. Hal ini merupakan jaringan komunikasi yang efektif dimana pesan yang disampaikan baik oleh komunikator maupun komunikan akan efektif. Menurut (Effendy 2009: 122) komunikasi internal adalah pertukaran gagasan diantara para administrator dan pegawai dalam suatu

organisasi atau instansi yang menyebabkan terwujudnya organisasi tersebut lengkap dengan struktural yang khas dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal dalam suatu organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi manajemen).

Komunikasi secara internal melibatkan adanya suatu kegiatan pemberian pesan dan penerimaan pesan dari atasan terhadap bawahan atau orang lain, sehingga menghasilkan komunikasi internal secara vertikal, horizontal dan diagonal. Wujud komunikasi ini bervariasi sesuai dengan bentuk kegiatan organisasi di dalam menerapkan komunikasi yang efektif.

Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjadi antara pihak perusahaan dengan pihak luar perusahaan menurut Handayani (2001). Kesalahan yang paling sering dialami perusahaan adalah kesalahan persepsi dari pemberian kepada penerima informasi. Komunikasi yang aktif dapat membina kerjasama yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Milkovich dan Boudreau (1994) dalam Wahyuningsih (2003) kinerja (performance) adalah sebagai suatu tingkatan dimana karyawan memenuhi atau mencapai persyaratan kerja yang ditentukan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai seseorang atau sekelompok orang, sesuai dengan wewenang atau tanggung jawab masing-masing karyawan selama periode waktu tertentu.

Dalam rangka mewujudkan Pengabdian Masyarakat sebagai salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, disamping dharma pendidikan dan pengajaran serta dharma penelitian dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan positif.

Pengabdian masyarakat merupakan bagian integral tri dharma perguruan tinggi yang dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari dua dharma yang lain serta melibatkan segenap sivitas akademik. Melalui pengabdian masyarakat, Tim dosen Universitas Esa Unggul hadir ditengah-tengah masyarakat bangsa Indonesia. Bahkan di tengah arus globalisasi, Esa Unggul menyelenggarakan kolaborasi pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk berkarya di Indonesia.

Menurut undang – undang tentang pendidikan tinggi, pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa seminar dan FGD ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai komunikasi internal dan komunikasi eksternal yang diterapkan pada PT Dwigunatama Rintisprima pengembangan perumahan Harvest City di Cileungsi - Cibubur, Kabupaten Bogor. Komunikasi internal berupa pola pesan yang dibagi atau di share antara

para karyawan, interaksi manusia yang terjadi dalam perusahaan dan antar karyawan itu sendiri. Saat organisasi tumbuh pada ukuran atau kompleksitas atau menyebar keluar dan zona waktu, ini memerlukan program komunikasi internal yang membantu membangun tim kerja. Sedangkan komunikasi eksternal digunakan untuk interaksi dengan individu diluar perusahaan. Komunikasi eksternal membawa pesan organisasi dan lingkungan perusahaan yang relevan. Sistem pesan eksternal yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari lingkungan dan untuk memberikan lingkungan informasi dari perusahaan.

Dengan adanya seminar dan FGD ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa sharing pengetahuan kepada masyarakat khususnya pada mitra kegiatan pengabdian masyarakat yaitu PT Harvest City.

## **Metode Pelaksanaan**

### **Tahap Pelaksanaan**

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan metode pelatihan secara tatap muka, karena masih dalam masa pandemi, menggunakan protokol kesehatan yang ketat. Sebelum dilakukan pelatihan, semua pegawai juga para Tim Dosen dari Universitas Esa Unggul diberikan tes swab antigen terlebih dahulu untuk memastikan bahwa semua yang melakukan pelatihan ini sehat tidak terdampak Covid 19.
- b. Melaksanakan *Focus Group Discussion (FGD)* dengan tujuan melakukan diskusi secara sistematis dan terarah mengenai penerapan komunikasi internal dan eksternal pada PT. Harvest City.

Tahap Pelaksanaan:

- a. Pada tanggal 21 September diadakan pelatihan tentang “Internal Komunikasi” oleh ibu Youna Chatrine Bachtiar.



- b. Pada tanggal 22 September 2021 dilakukan pelatihan tentang “Internal Komunikasi Pada Pimpinan Perusahaan” oleh ibu Linda Purnamasari.



- c. Pada tanggal 23 September 2021 diadakan pelatihan berjudul “Eksternal Komunikasi dan Personal Branding” oleh Ibu Puspita Chairun Nisa.



- d. Pada tanggal 24 September 2021 dilakukan pelatihan “Review Internal dan Eksternal Komunikasi” oleh bpk. Muh. Ruslan Ramli dan Ballian Siregar.



## Hasil dan Pembahasan

### Hasil yang dicapai

Kegiatan Abdimas yang dilakukan pada tanggal 21 September 2021 Tim dosen berhasil memberikan pengarahan berupa seminar dan FGD kepada mitra pengabdian masyarakat dengan hasil sebagai berikut:

1. Pemahaman kepada audiens mengenai esensi komunikasi di tempat kerja tentu berbeda dengan komunikasi di tempat lainnya. Hal ini dikarenakan tempat kerja atau perusahaan merupakan tempat dimana terdapat lebih dari satu orang yang harus dapat bekerja sama dengan baik demi meraih tujuan perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan apakah komunikasi internal perusahaan yang telah berjalan selama ini sudah baik dan optimal. Jika hubungan antar sesama staf atau antara staf dengan atasan terjalin dan terjaga dengan baik, maka akan semakin mudah dalam memahami tujuan bersama. Bahkan setiap staf bisa termotivasi untuk memberikan loyalitas, tenaga dan pikiran yang lebih maksimal pada perusahaan tempatnya bekerja. Hubungan kerja yang harmonis akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi tumbuhnya motivasi. Hubungan kerja yang harmonis bisa terjalin antar staf maupun dengan atasan. Dengan adanya hubungan baik atau harmonis ini akan menciptakan suasana saling berbagi mentalitas dalam kebersamaan.
2. Salah satu yang harus ditata ulang adalah mengelola komunikasi antar karyawan yang mana harus didorong untuk menyampaikan ide dan pendapat mereka. Melakukan hal ini akan membuat mereka merasa dihargai dan didengarkan yang nantinya akan mengarah pada keterlibatan karyawan. Ketika karyawan terlibat secara aktif, mereka termotivasi untuk bekerja lebih keras dan melakukan pekerjaan dengan kualitas yang lebih baik.
3. Pemahaman kepada audiens mengenai komunikasi dengan pihak eksternal merupakan salah satu cara yang digunakan organisasi atau perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada publik tentang apa yang sedang dilakukan

ataupun rencana apa yang akan dilakukan sebuah perusahaan atau organisasi. Hal ini tidak terlepas dikarenakan organisasi merupakan bagian dari publik, jadi perlunya menjalin hubungan baik dengan lingkungan eksternal dari organisasi. Dengan melakukan hubungan baik yang terjaga dengan kualitas dan kuantitas komunikasi maka akan sangat menentukan kemajuan suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi dengan pihak eksternal bukan hanya tentang menyampaikan pesan mengenai organisasi atau perusahaan, komunikasi yang efektif juga melibatkan bagaimana meluangkan waktu untuk mendengarkan umpan balik yang akan diterima, umpan balik yang diterima dapat menunjukkan reputasi perusahaan dalam komunitas bisnis atau bagaimana perusahaan di mata masyarakat luar.

4. Strategi komunikasi eksternal juga menjadi peranan yang vital bagi perusahaan dalam mengatasi krisis pandemi Covid-19. Perusahaan harus memiliki konsep yang matang dengan mengelaborasi seluruh data dan fakta menjadi sebuah pesan informasi yang dapat disampaikan ke konsumen atau pada masyarakat. Pesan informasi yang disampaikan ini tentunya harus relevan dan tepat dengan situasi saat pandemi ini. Peran perusahaan dalam menyampaikan pesan informasi yang baik dan tepat tentunya akan menjaga dan membangun reputasi serta menciptakan citra positif instansi/lembaga/perusahaan melalui pengelolaan dan pemantauan informasi serta komunikasi terstruktur.
5. Sebagai penutup pada sesi akhir seminar dilakukan tanya jawab yang diberikan oleh peserta seminar dan dipandu oleh moderator. Pertanyaan terpilih yang telah diberikan oleh peserta dan ditentukan sebanyak 2-3 pertanyaan untuk masing-masing narasumber dan telah dijawab dengan singkat dan lugas para narasumber.

## **Kesimpulan**

Pengabdian masyarakat ini mengindikasikan bahwa pada PT. Harvest City telah melakukan komunikasi internal dan eksternal yang cukup baik terlihat dari respon audience yang merupakan karyawan dan CEO

PT. Harvest City. Mereka menyadari bahwa komunikasi internal dan eksternal dalam perusahaan memiliki peran penting yakni untuk membangun pemahaman, kebanggaan, keterlibatan dan internalisasi visi, misi serta nilai-nilai perusahaan dan menciptakan dukungan terhadap kebijakan manajemen.

## **Daftar Pustaka**

- Agustini, N. A., & Purnaningsih, N. (2018). *Pengaruh komunikasi internal dalam membangun budaya organisasi*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 89-108.
- Ardilla, N. D., & Pramusinto, H. (2015). *Pengaruh kepemimpinan, komunikasi internal, dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai BP3AKB Provinsi Jawa Tengah*. *Dinamika Pendidikan*, 10(1), 53-66.
- Aziz, A., & Sahra, A. (2018). *Pelatihan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan teamwork karyawan pada PT. X. Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 41-58.
- Barnard, Chester. 1938. *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Ferinia, R., Kurniullah, A. Z., Naipospos, N. Y., Tjiptadi, D. D., Gandasari, D., Metanfanuan, T., ... & Purba, B. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Milkovich, G.T dan Boudreau, J.W. 2002. *Human Resource Management*. Thirteenth Edition, Irwin Bokk Team.
- Ningrum, M. E. (2020). *Peranan Komunikasi Internal di Lingkungan Kerja*. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 3(1).
- Kurniasih, K. (2021). *pengaruh komunikasi internal dan komunikasi eksternal terhadap kinerja pegawai*. *Journal of Management Review*, 5(1), 633-638.
- Rahmawati, A. (2017). *Analisa Perilaku Komunikasi Dalam Organisasi (Studi Kasus Analisa Perilaku Komunikasi Atasan Dan Bawahan di Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial*

*Yogyakarta*) (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).

Sahputra, D. (2020). *Manajemen komunikasi suatu pendekatan komunikasi. JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152-162.