

## **Implementasi Strategi Komunikasi Organisasi terhadap Semangat Kerja Pegawai PT. Cendana Wahana Gemilang**

**Rafi Rahmat Djajasumitra\*, Yuliani Rachma Putri, Almira Shabrina**

Universitas Telkom

\*Correspondence email: rafi.rahmat2000@gmail.com

**Abstrak.** PT. Cendana Wahana Gemilang atau sering dikenal dengan CWG (Car Wash Gue) adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif dan kuliner, mulai dari pencucian mobil dan motor, bengkel mobil dan motor, penjualan aksesoris kendaraan serta bidang kuliner makanan dan minuman. Dengan adanya pandemi COVID-19, tentunya berbagai tujuan perusahaan terhambat dan secara tidak langsung juga mempengaruhi moral karyawan. Dimungkinkan untuk menemukan penurunan moral karyawan yang dirasakan oleh manajemen. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi PT Cendana Wahana Gemilang yang mempengaruhi moral karyawan, serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung dan juga menghambat implementasi strategi komunikasi organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif interpretatif, dan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi terstruktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Cendana Wahana Gemilang menerapkan strategi komunikasi organisasi untuk menjaga moral karyawan dengan mengkomunikasikan tahapan strategi komunikasi organisasi berdasarkan fase yang telah ditentukan, PT Cendana Wahana Gemilang menyusun pesan berdasarkan pendekatan organisasi Sumber Daya Manusia dan memberikan motif perlunya pencapaian (needs of achievement), kebutuhan akan kekuasaan (needs for power) dan kebutuhan akan afiliasi (needs of affiliation) kepada karyawannya untuk menjaga moral, serta mengevaluasi untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan juga faktor-faktor penghambat dari strategi komunikasi organisasi yang telah dilakukan oleh perusahaan.

**Kata kunci :** human resources; organisasi; semangat kerja; strategi komunikasi

**Abstract.** PT. Cendana Wahana Gemilang or often known as CWG (Car Wash Gue) is a company engaged in the automotive and culinary fields, ranging from car and motorcycle washes, car and motorcycle repair shops, sales of vehicle accessories as well as food and beverage culinary fields. With the COVID-19 pandemic, of course, the company's various goals are hampered and indirectly also affects the morale of the employees. It is possible to find a decrease in employee morale that is felt by the management. This research was conducted with the aim of knowing how the organizational communication strategy of PT. Cendana Wahana Gemilang which affects the morale of the employees, as well as knowing what factors support and also hinder the implementation of the organization's communication strategy. The research method used is qualitative using an interpretive descriptive approach, and data collection is done by means of interviews, observations, and structured documentation. The results of this study indicate that PT. Cendana Wahana Gemilang implements organizational communication strategies to maintain employee morale by communicating the stages of organizational communication strategies based on predetermined phases, PT. Cendana Wahana Gemilang composes a message based on the Human Resources organizational approach and provides motives for the need for achievement, the need for power and the need for affiliation to its employees to maintain morale, as well as evaluating to knowing the supporting factors and also the inhibiting factors of the organizational communication strategy that has been carried out by the company.

**Keywords :** communication strategy; human resources approach; organization; spirit at work

### **PENDAHULUAN**

Kemampuan organisasi bisnis atau pemerintah untuk mencapai tujuannya sebagian bergantung pada seberapa baik organisasi itu berkomunikasi baik secara internal maupun publik. Komunikasi adalah prosedur yang memungkinkan seseorang, atau komunikator, untuk mengirimkan pesan kepada orang lain untuk mengubah perilaku orang itu. Menurut Lasswell, komunikasi pada umumnya merupakan urutan atau proses penyampaian pesan yang menentukan siapa mengatakan apa kepada siapa dan melalui saluran apa (Mulyana, 2014). Komunikasi verbal atau lisan terjadi selama prosedur ini. Jika pesan dan orang yang menerimanya atau tanggapannya sebanding, komunikasi juga layak dilakukan. Bahkan jika tidak ada pihak yang berbicara dalam bahasa yang dapat dipahami oleh pihak lain, komunikasi nonverbal masih mungkin dilakukan (Harapan, Ahmad, & MM, 2022). Komunikasi sangat penting untuk keberhasilan setiap kelompok atau bisnis. Semua operasi perusahaan tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa adanya mekanisme komunikasi, karena para pemimpin dan pekerja dalam sebuah perusahaan memiliki perspektif dan persyaratan yang berbeda, maka secara tidak langsung hanya mungkin untuk memahami kepribadian satu sama lain melalui komunikasi.

Akibatnya, komunikasi sangat penting di dalam tim atau organisasi, baik dari atas ke bawah maupun dari satu tingkat manajemen ke tingkat manajemen lainnya. Serupa dengan ini, strategi komunikasi diperlukan karena berfungsi sebagai dasar untuk perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication*

management), yang keduanya diperlukan untuk mewujudkan tujuan perusahaan yang aktual dan berbasis operasional (Suriady, Ningsih, & Nurhaidar, 2021). Dengan kata lain, pendekatan (*approach*) dapat berubah berdasarkan keadaan pada saat tertentu. Menurut Thompson dan Strickland, strategi sendiri merupakan sebuah perpaduan dari perencanaan serta tindakan yang bersifat adaptif. Desain strategi dalam masalah menetapkan aturan permainan, dengan manajer diharuskan untuk membentuk (*shape*) atau membentuk kembali (*reshape*) ketika peristiwa terjadi baik di dalam maupun di luar bisnis (Andreas, 2020).

Menerapkan pendekatan untuk meningkatkan moral staf adalah tugas penting. Kamus Ilmiah Populer mendefinisikan strategi sebagai penipuan yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sebagai taktik militer. Strategi adalah metode komprehensif yang berfokus pada menghidupkan ide serta merencanakan dan melaksanakan tugas selama jangka waktu tertentu. Taktik komunikasi organisasi memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi anggota staf yang antusias dengan pekerjaan mereka (Wahjoedi, 2021). Masalah baru dapat berkembang jika pendekatan komunikasi organisasi untuk menawarkan insentif cacat. Oleh karena itu, pimpinan harus membuat strategi yang mendukung pengembangan moral staf. Setiap organisasi atau bisnis memiliki hierarki peran atau hierarki yang memungkinkan setiap orang memiliki tanggung jawab kerja yang sangat berbeda, seringkali dimulai dengan kepemimpinan, memimpin orang, dan diakhiri dengan karyawan. Setiap karyawan dalam peran ini bertanggung jawab atas bidang tanggung jawab khusus mereka (Haq, 2022). Menurut Burhan Bungin, komunikasi organisasi adalah komunikasi manusia yang berlangsung dalam suatu setting dimana terdapat jaringan informasi dan saling ketergantungan antar manusia (Mardhiah, 2018). Seorang pimpinan harus bisa memberikan aspek-aspek yang dapat berpengaruh terhadap semangat kerja terhadap anggotanya. Hal ini dikarenakan terdapat anggota yang terkadang mampu untuk menyelesaikan pekerjaannya namun memiliki rasa malas atau kurang bergairah dalam mengerjakannya (Adrizal, 2020). Dorongan pemimpin semata-mata didasarkan pada tebakan terpelajar tentang kebutuhan atau keinginan yang dapat meningkatkan motivasi pengikut. Karena setiap orang memiliki kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) yang berbeda. Seorang pemimpin memiliki tanggung jawab untuk memberikan contoh positif bagi anggota timnya sehingga mereka akan terinspirasi untuk mengikuti instruksi dari atasannya. Kemampuan bawahan untuk melakukan pekerjaannya secara penuh dan seefektif mungkin sesuai dengan tujuan organisasi merupakan komponen penting dari fungsi pemimpin yang tidak dapat dipisahkan (Sumayani, 2018).

Semangat kerja adalah masalah yang dipengaruhi oleh beberapa hal, termasuk kebanggaan atau gairah pribadi untuk pekerjaan seseorang, kesenangan dari melakukan dengan baik, rasa kebutuhan, dan dorongan untuk maju dan berkembang. Tidak diragukan lagi sulit bagi para pemimpin untuk menginspirasi anggota tim mereka dan membuat mereka bersemangat untuk menyumbangkan semua bakat mereka untuk mencapai tujuan organisasi atau bisnis. Secara umum, organisasi atau bisnis hingga tingkat instansi pemerintah tidak hanya menginginkan individu yang berpengetahuan, pengertian, dan termotivasi, tetapi mereka juga menghargai upaya keras dan hasil terbaik. Kami sangat berharap bahwa setiap karyawan akan berusaha keras dan secara konsisten termotivasi untuk meningkatkan produktivitas kerja.

Perseroan terbatas, kadang-kadang dikenal sebagai "PT", adalah sejenis organisasi perusahaan yang diakui secara hukum oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas. Paling tidak harus ada dua orang, baik warga negara Indonesia maupun orang asing, memiliki saham dalam firma tersebut agar dapat didirikan sebagai PT (Prasetya, 2022). PT Cendana Wahana Gemilang atau yang lebih dikenal dengan CWG (*Car Wash Gue*) adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang otomotif dan industri makanan. Kegiatannya meliputi kafe dan undian teh serta pencucian mobil dan motor, bengkel kendaraan tersebut, dan penjualan aksesoris kendaraan. Berdiri pada akhir tahun 2019 oleh empat orang perintis yaitu Yunardi Novriansah, Hendra Aulia, Indriyani dan Dea Desvikha. PT. Cendana Wahana Gemilang beralamat di Duren Sawit, Jakarta Timur. Bisnis di bidang otomotif tersebutlah, selain memudahkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam merawat kendaraannya, bisnis di bidang otomotif juga dapat membuka lapangan pekerjaan.

Selain bergerak di bidang otomotif dan tempat cuci mobil, PT. Cendana Wahana Gemilang juga bergerak di bidang kuliner. CWG memiliki café yang bernama *Café Gue* dan berada satu tempat dengan tempat cuci mobil serta bengkel tersebut. Hal inilah yang menjadikan CWG memiliki keunikan tersendiri dari pada kompetitor lainnya di bidang bisnis yang sama. Dengan adanya tempat cuci kendaraan, bengkel, hingga café, secara psikologis pelanggan yang datang selain untuk mempercantik kendaraannya juga terbesit untuk sekaligus nongkrong hingga membeli makanan ataupun minumannya. Oleh sebab itu CWG sering disebut sebagai "*one stop solution*" merupakan istilah yang dimana memiliki makna bahwa CWG selalu menawarkan sebuah solusi bagi kebutuhan para konsumen hingga benar-benar terpenuhi. Dalam menjalankan bisnisnya CWG tentunya membutuhkan pegawai yang banyak serta sesuai dengan keahlian di setiap bidangnya, baik itu dalam bidang otomotif ataupun kuliner café. Akan tetapi, memasuki bulan Maret di tahun 2020, pandemi Covid-19 mulai menyebar di Indonesia, dimana hal tersebut memberikan dampak yang buruk bagi masyarakat Indonesia terkhusus bagi para pelaku bisnis. Dengan adanya pengurangan jam kerja serta pengurangan jumlah karyawan, PT. Cendana Wahana Gemilang harus tetap menjalankan bisnis pada era *new normal*, PSBB, PPKM, dan hingga pada masa post - covid. Dalam menjalankan sebuah usaha dengan jumlah pegawai yang

terbatas, dibutuhkan inovasi serta strategi agar nantinya tidak membuat para pegawainya mengalami penurunan semangat kerja. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Kholifah, 2021), pandemi Covid-19 turut berdampak pada keberlangsungan kegiatan perusahaan Bank BRI Syariah KC Kediri, yang dimana dengan diberlakukannya kegiatan secara terbatas mengakibatkan terjadinya penurunan semangat kerja karyawan yang berdampak pada pelaksanaan kegiatan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa di PT. Cendana Wahana Gemilang Jakarta Timur pada kenyataannya di lapangan strategi komunikasi yang diterapkan oleh pihak manajemen masih belum berdampak nyata terhadap semangat kerja pegawai secara menyeluruh. Penelitian pra-riset yang peneliti lakukan pada tanggal 27 Februari 2022 lalu, membuktikan masih terdapat pegawai yang tidak disiplin dalam menjalankan tugasnya, contohnya seperti cenderung bermalas-malasan saat bekerja, sering bermain gawai saat jam kerja, serta kerap ditemukan pegawai yang tidak disiplin dalam melakukan absensi di waktu yang telah ditetapkan. Tentunya hal ini juga diperkuat oleh peneliti di lapangan yang melihat bahwa manajer cenderung kurang dekat dengan pegawai dalam menjalin komunikasi, komunikasi yang dijalin hanya sebatas keperluan dalam pekerjaan. Padahal seperti diskusi basa-basi atau yang kita kerap kenal dengan *intermezzo* merupakan hal penting yang terkadang beberapa orang menganggapnya hal yang remeh.

Strategi komunikasi dalam sebuah organisasi ataupun tempat usaha merupakan hal yang harus diperhatikan, dimana melakukan komunikasi merupakan hal yang penting demi tercapainya target serta tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Schermerhorn, strategi adalah rencana tindakan terpadu yang menetapkan arah utama dan arah di mana sumber daya akan dialokasikan untuk mencapai tujuan organisasi jangka panjang. Dalam hal ini, PT. Cendana Wahana Gemilang menerapkan aspek strategi komunikasi salah satunya dengan penyampaian pesan kepada para pegawai, yaitu dengan melakukan *briefing* sebelum tempat usaha dibuka ataupun evaluasi saat tempat usaha ditutup, dimana dengan adanya *briefing* ataupun evaluasi, pegawai dapat melakukan improvisasi serta mendengarkan pendapat baik dari masing-masing pegawai maupun pihak manajer agar bagaimana pekerjaan yang dikerjakan pada hari tersebut dapat terpenuhi sesuai target dan tujuan yang dicapai, serta dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan ketika menggunakan jasa dan berkunjung ke usaha cuci mobil, bengkel, dan café yang ada di PT. Cendana Wahana Gemilang. Selain itu, dengan adanya *briefing* dan evaluasi, hal tersebut dianggap dapat menjaga kedisiplinan dan kinerja pegawai dalam menjalankan tugas serta tanggung jawabnya. Apalagi, kendala terbesar pada pegawai adalah sikap dan kedisiplinannya, dimana dalam menjalankan tugasnya, pegawai seringkali terlihat tidak fokus dalam pekerjaannya dan bermalas-malasan. Hal ini sering kali terlihat dalam kamera pengawas atau CCTV yang aksesnya langsung dipegang oleh pihak manajer operasional dan lapangan. Tidak hanya itu, terkadang para pegawai juga sering telat melakukan absensi pada jam kerja yang telah ditentukan, hal ini tentunya juga diperkuat dengan hasil rekapitulasi absensi pegawai di setiap bulannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi PT Cendana Wahana Gemilang mempengaruhi semangat kerja karyawan dan untuk mengidentifikasi unsur-unsur yang membantu dan menghambat implementasi strategi komunikasi organisasi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan pendekatan deskriptif interpretatif dalam memenuhi kebutuhan data penelitian untuk mengetahui terkait implementasi strategi komunikasi organisasi terhadap semangat kerja pegawai. Objek Penelitian ini adalah PT. Cendana Wahana Gemilang, yang beralamat di Jalan Raden Inten II, No 76, RT.12/RW.2, Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13440. Wawancara secara langsung ke PT. Cendana Wahana Gemilang dengan tiga informan utama, serta tiga informan pendukung, yaitu direktur, manajer, kepala team hingga staf pegawai dari PT. Cendana Wahana Gemilang yang nantinya mampu untuk memberikan penjelasan serta gambaran terkait bagaimana implementasi strategi komunikasi organisasi terhadap semangat kerja pegawai PT. Cendana Wahana Gemilang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti teori Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2017), yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Teknik keabsahan data merupakan hal yang penting dilakukan, karena peneliti harus melakukan pemahaman terhadap pentingnya validitas terhadap data-data yang dikumpulkan. Pendekatan triangulasi digunakan dalam penelitian ini untuk menilai keabsahan data yang digunakan. Tiga komponen metodologi triangulasi ini adalah triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan triangulasi teknik, juga dikenal sebagai triangulasi metode (Sugiyono, 2017).

## HASIL

### *Strategi Komunikasi Organisasi PT Cendana Wahana Gemilang*

Tahap perencanaan, hal yang pertama dilakukan oleh jajaran manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang adalah menganalisa serta memahami masalah apa yang mereka temui ketika perusahaan memasuki fase post-Covid atau bisa dikatakan sudah melandainya pandemi COVID-19. Direktur Perusahaan Novriansah sebagai informan kunci mengatakan banyak sekali perubahan serta penyesuaian yang dilakukan PT. Cendana Wahana Gemilang agar

bisnisnya tetap dapat berjalan dalam menghadapi masa pandemi. Dalam menjaga semangat kerja, Novriansah rutin untuk melakukan *briefing* kepada para pegawainya di setiap minggu, namun tidak memungkinkan juga terdapat beberapa pegawai yang terkadang molor dari jadwal absensi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Karena itu Novriansah kerap melakukan sistem potong gaji bagi pegawai yang tidak disiplin, nanti dari hasil potong gaji tersebut akan menjadi reward bagi pegawai yang tertib dan memiliki semangat kerja yang baik. Hingga pada pelaksanaannya sebagai pimpinan perusahaan, Novriansah selalu memberikan motivasi kehidupan bagi para pegawainya, terutama dengan beliau menceritakan perjalanan hidupnya dari awal hingga sukses sampai saat ini, hal ini tentunya diharapkan setiap pegawai dapat mengembangkan dirinya dalam bekerja.

Selain top management, manajer ataupun kepala divisi sebagai bagian dalam *middle management* pun turut serta menjaga semangat para pegawai di PT. Cendana Wahana Gemilang. Dari hasil wawancara yang sudah terlaksana dengan informan utama diperoleh bahwasanya baik dari beberapa bidang di jajaran manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang memiliki upaya masing-masing dalam menjaga semangat para pegawainya. Seperti Hendra selaku manajer lapangan yang langsung mengawasi pegawai cuci mobil motor dan café rutin melaksanakan *briefing* pegawai setiap paginya dalam jangka waktu dua kali dalam seminggu, terlebih beliau juga kerap memberikan motivasi kepada para pegawai. Begitu pula dengan Fira dan Puji, mereka melakukan *briefing* sebelum mulainya jam pekerjaan, terlebih seperti yang dipaparkan Puji beliau juga kerap menerima masukan dan saran dari pelanggan dan disampaikan dengan metode *sharing* kepada para pegawai PT. Cendana Wahana Gemilang.

Komunikasi berperan sebagai dasar utama yang dapat menceritakan situasi yang sedang dialami, sehingga dapat memberikan informasi bagi semua kalangan terkhusus para pelanggan. Menimbang pentingnya menjalankan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan dan menjaga semangat pegawai. Strategi komunikasi merupakan acuan yang dipergunakan untuk merencanakan komunikasi (*communication planning*) sekaligus melibatkan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk tercapainya tujuan yang sudah ditentukan dengan cara memperlihatkan operasional secara tepat, dalam artian pendekatannya (*approach*) dapat menyesuaikan kepada situasi dan kondisi sebenarnya. Hal selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah untuk memahami tujuan komunikasi yang telah dilaksanakan oleh PT Cendana Wahana Gemilang untuk mencapai tujuan perusahaannya. Untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan tentunya diperlukan motivasi untuk semangat dalam bekerja yang dimiliki oleh setiap anggotanya. Berdasarkan kepada pemaparan dari (Liliweri, 2011), tujuan diterapkannya strategi komunikasi adalah *announcing, motivating, educating, informing, dan supporting decision making*.

Hasil penelitian yang didapat dari wawancara kepada informan kunci dan informan utama, terdapat penurunan semangat anggota yang dirasakan oleh top management dan middle management maka diperlukan sebuah perencanaan pesan dengan menggunakan pendekatan Komunikasi Organisasi yang tepat dan harus dilakukan oleh jajaran manajemen agar kedepannya semangat anggota dapat terjaga. Berikut merupakan pendekatan Komunikasi Organisasi Human Resources yang dilakukan manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang yang mencakup *Communication Content, Communication Direction, Communication Channel, Communication Style* (Miller, 2009).

Pada *Communication Content* hal yang dilakukan adalah selalu melihat kesiapan pegawai ketika akan memberikan tugas (Task), menganggap pegawainya sebagai teman dan keluarga mereka hal ini bertujuan agar terjalin ikatan yang kuat (social), serta sering melakukan *sharing* atau pertukaran ide antar pegawai agar tercipta sebuah gagasan baru (innovation). Dalam *Communication Direction*, informan utama tidak pernah membatasi komunikasi antara pihak manajemen dan pegawai serta mengutamakan kesempatan pegawai untuk terbuka dalam berkomunikasi. Sehingga arus komunikasi dapat berjalan secara vertikal (keatas dan kebawah), Horizontal, dan berdasarkan kepada keputusan bersama. Pada *Communication Channel*, informan utama menggunakan segala jenis saluran komunikasi yang dapat memudahkan mereka untuk mendekatkan diri kepada anggotanya masing-masing, mulai dari tatap muka langsung, WhatsApp grup, telepon, hingga video call. Kemudian dalam hal *Communication Style*, informan utama berkomunikasi secara informal atau dengan gaya bahasa sehari-hari yang santai kepada para pegawainya dengan tujuan agar mudah dimengerti.

Pada tahap pelaksanaan, manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang berupaya untuk memberikan motif kepada para pegawainya agar tetap bersemangat dalam menjalankan pekerjaan. Motivasi tumbuh dikarenakan adanya dorongan motif oleh orang lain. (McClelland, 2016) mengatakan terdapat tiga motif yang menjadi daya dorong seorang individu dapat termotivasi. Maka dari itu manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang mencoba memberikan ketiga motif tersebut untuk menjaga semangat kerja pegawainya dengan menggunakan berbagai macam metode penyampaian pesan (Arifin, 2016).. Jajaran manajemen selaku informan utama memberikan motif kebutuhan akan prestasi kepada pegawainya, yakni dengan memberikan reward berupa barang atau hiburan, traktiran makan-makan hingga jalan-jalan bersama pegawai. Selanjutnya, adanya pemberian motif kebutuhan akan kekuasaan kepada para pegawai. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan gambaran pada posisi menjadi seorang pemimpin, memberikan motivasi kerjasama disiplin dalam tim, memberikan ruang aktualisasi seluas-luasnya kepada pegawai dalam bertanggung jawab terhadap pekerjaannya, dan memberikan gambaran untuk memperdalam pengetahuan terkait

tanggung jawab seorang pemimpin. Selain itu, kebutuhan akan afiliasi juga diberikan oleh jajaran manajemen dengan cara mendorong pegawai untuk dapat bergaul dengan sesama rekan kerja ataupun para pelanggan, Membebaskan pegawai untuk menjalin relasi agar dapat saling membantu dalam pekerjaan, serta Membebaskan pegawai untuk menjalin relasi agar dapat saling membantu dalam pekerjaan.

Tahap selanjutnya adalah evaluasi. Cangara (2017), mengatakan bahwa evaluasi merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam mengukur kesuksesan dari komunikasi yang telah dijalankan, untuk melakukan perbaikan agar terciptanya peningkatan atas pencapaian sebelumnya. Novril selaku informan kunci mengatakan bahwa pelaksanaan rapat evaluasi dilakukan untuk memperbaiki kekurangan serta mendengar keluhan yang terjadi di lapangan. Selain itu evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah berjalan secara maksimal atau belum. PT. Cendana Wahana Gemilang memiliki dua jenis evaluasi, yang pertama yaitu evaluasi manajemen, serta evaluasi program kerja dari PT. Cendana Wahana Gemilang. Dalam evaluasi manajemen, PT. Cendana Wahana Gemilang membahas terkait beberapa hal teknis, seperti pemasukan dan pengeluaran perusahaan, pembelian barang sebagai penunjang pelayanan jasa, segala jenis promosi bentuk promosi, kondisi pegawai dalam bekerja, serta permasalahan atau kendala lainnya. Sedangkan dalam evaluasi program kerja, merupakan evaluasi dimana jajaran manajemen melakukan *briefing* dengan pegawai secara besar yang dibagi-bagi sesuai bidangnya. Pada evaluasi program kerja manajemen membahas terkait kondisi pegawai di lapangan secara langsung, mulai dari keluhan, saran, atau masukan dari pelanggan, evaluasi teknis pelaksanaan pekerjaan, serta berbagai permasalahan yang timbul di lapangan. Seluruh rangkaian evaluasi manajemen dan evaluasi program kerja sangat diperlukan dalam mengetahui seberapa efektif strategi komunikasi organisasi yang dilakukan PT. Cendana Wahana Gemilang dalam menjaga semangat kerja pegawainya.

#### *Faktor Pendukung Strategi Komunikasi PT. Cendana Wahana Gemilang Terhadap Semangat Kerja Pegawai*

Hasil dari evaluasi manajemen dan evaluasi program kerja pegawai, terdapat beberapa faktor pendukung dalam menjalankan Strategi Komunikasi di PT. Cendana Wahana Gemilang dalam tujuan menjaga semangat kerja pegawainya. Faktor pendukung tersebut diketahui setelah dilaksanakannya evaluasi, berikut adalah beberapa faktor pendukung ditemukan: (1) pegawai yang memiliki keinginan untuk maju akan menjalankan pekerjaan dengan baik serta fokus akan suatu pencapaian, maka dari itu hal ini akan mendukung strategi komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan; (2) pegawai yang memiliki inovasi-inovasi kerja kepada manajemen, memberikan masukan terhadap perusahaan serta tidak tertutup terhadap jajaran manajemen, tentunya ini akan mendukung strategi komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan; (3) sifat tekun dan rajin para pegawai sudah dapat mendukung diterapkannya strategi komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan; (4) prinsip keterbukaan manajemen terhadap para pegawai baik terkait permasalahan kerja ataupun hal personal lainnya akan membuat suatu keterkaitan yang erat, maka dari itu hal ini akan mendukung manajemen dalam menjalankan strategi komunikasi; dan (5) terjaganya komunikasi antar manajemen dan pegawai merupakan suatu pondasi untuk memperlancar strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan.

#### *Faktor Penghambat Strategi Komunikasi PT. Cendana Wahana Gemilang Terhadap Semangat Kerja Pegawai*

Hasil dari evaluasi manajemen dan evaluasi program kerja pegawai, terdapat beberapa faktor penghambat dalam menjalankan Strategi Komunikasi di PT. Cendana Wahana Gemilang dalam tujuan menjaga semangat kerja pegawainya. Faktor penghambat tersebut diketahui setelah dilaksanakannya evaluasi, berikut adalah beberapa faktor pendukung yang ditemukan: (1) konflik yang terjadi antar pegawai dapat menghambat berjalannya strategi komunikasi oleh perusahaan, karena pegawai merupakan ujung tombak dari bagaimana perusahaan dapat berjalan; (2) kecemburuan antar pegawai yang rajin dan yang malas dikarenakan sistem pembagian gaji merupakan bagi hasil juga merupakan hal yang dapat menghambat berjalannya strategi komunikasi; (3) tidak tersampainya pesan yang benar antar pegawai/miss communication, bisa dikatakan merupakan hal yang kecil namun jika hal ini terus berulang akan menghambat berjalannya strategi komunikasi; dan (4) pegawai yang belum paham betul terkait jobdesc yang mereka kerjakan juga menjadi hal yang membuat perusahaan kesulitan menjalankan strategi komunikasi.

## **SIMPULAN**

Beberapa cara telah diterapkan baik oleh direktur hingga jajaran manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang yang dibagi pada beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap perencanaan, hal yang pertama dilakukan oleh jajaran manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang adalah menganalisa serta memahami masalah apa yang mereka temui ketika perusahaan memasuki fase post-Covid atau bisa dikatakan sudah melanda nya pandemi COVID-19. Pihak PT. Cendana Wahana Gemilang terus melakukan inovasi serta evaluasi internal agar seluruh jajaran perusahaan dapat bertahan dalam menjalani masa tersebut, bisa dikatakan hingga penelitian dilakukan penjualan di PT. Cendana Wahana Gemilang sudah cenderung merangkak meningkat dari pada di awal masa pandemi COVID-19. Hal kedua yang dilakukan jajaran manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang ialah memperhatikan para pegawainya apakah terjadi penurunan semangat dalam

bekerja atau tidak, maka dari itu dalam menjaga semangat pegawai dalam bekerja manajemen merancang tujuan dari strategi komunikasinya serta melakukan perancangan pesan yang jajaran manajemen sampaikan kepada para pegawai, dengan mengedepankan pengembangan inovasi, potensi, dan inisiatif pegawai yang berlandaskan kepada pendekatan komunikasi organisasi *Human Resources* dengan memperhatikan empat aspek yaitu: *Communication Content, Communication Direction, Communication Channel, dan Communication Style*;

2. Tahap pelaksanaan, manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang memberikan motif kebutuhan akan prestasi (*Need for achievement*), kebutuhan akan kekuasaan (*Need for power*), dan kebutuhan akan afiliasi (*Need for affiliation*) kepada para pegawainya guna menjaga serta meningkatkan semangat pegawai dalam bekerja. Manajer dan *leader* tim selaku informan utama memberikan tiga motif tersebut dengan berbagai metode penyampaian.
3. Tahap Evaluasi, manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang melakukan evaluasi manajemen dan juga evaluasi program kerja. Dapat dikatakan PT. Cendana Wahana Gemilang memiliki dua jenis evaluasi, yang pertama yaitu evaluasi manajemen, serta evaluasi program kerja. Dalam evaluasi manajemen, PT. Cendana Wahana Gemilang membahas terkait beberapa hal teknis, seperti pemasukan dan pengeluaran perusahaan, pembelian barang sebagai penunjang pelayanan jasa, segala jenis promosi bentuk promosi, kondisi pegawai dalam bekerja, serta permasalahan atau kendala lainnya. Sedangkan dalam evaluasi program kerja, merupakan evaluasi dimana jajaran manajemen melakukan *briefing* dengan pegawai secara besar yang dipisah sesuai bidangnya. Pada evaluasi program kerja manajemen membahas terkait kondisi pegawai di lapangan secara langsung, mulai dari keluhan, saran, atau masukan dari pelanggan, evaluasi teknis pelaksanaan pekerjaan, serta berbagai permasalahan yang timbul di lapangan. Seluruh rangkaian evaluasi manajemen dan evaluasi program kerja sangat diperlukan dalam mengetahui seberapa efektif strategi komunikasi organisasi yang dilakukan PT. Cendana Wahana Gemilang dalam menjaga semangat kerja pegawainya.

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Organisasi PT. Cendana Wahana Gemilang Terhadap Semangat Kerja Pegawai. seperti (1) adanya pegawai yang memiliki keinginan untuk maju akan menjalankan pekerjaan dengan baik serta fokus akan suatu pencapaian, (2) adanya sifat tekun dan rajin para pegawai, prinsip keterbukaan manajemen terhadap para pegawai baik terkait permasalahan kerja ataupun hal personal lainnya. Adapun faktor Penghambat Strategi Komunikasi PT. Cendana Wahana Gemilang Terhadap Semangat Kerja Pegawai, seperti (1) adanya konflik yang terjadi antar pegawai yang dapat menghambat berjalannya strategi komunikasi oleh perusahaan, (2) ada pegawai yang belum paham betul terkait *jobdesc* yang mereka kerjakan hal ini juga membuat perusahaan sedikit terhambat dalam menjalankan strategi komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrizal, M. 2020. Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan, Kompensasi Terhadap Semangat Pegawai Bank Syariah Mandiri Area Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen "EMOR,"* 4(1), 78.
- Andreas, R. S. 2020. Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Ponorogo Dalam Membranding Pemilihan Duta Genre Kabupaten Ponorogo Tahun 2019. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Arifin, H. A. 2016. *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haq, U. A. 2022. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar 1. Universitas Hasanuddin.
- Harapan, E., Ahmad, S., & MM, D. 2022. *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.
- Liliweri, A. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Mardhiah, A. 2018. Efektifitas Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Al-Fikrah*, 7(2), 175–188.
- McClelland, D. C. 2016. *The Achieving Society*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/cbo9781139878289>
- Miller, K. 2009. *Organizational Communication: Approaches & Processes*, New York: Wadsworth.
- Mulyana, D. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetya, R. 2022. *Perseroan Terbatas: Teori dan Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumayani, A. 2018. Kepemimpinan Wanita: Gaya kepemimpinan dan Proses Pengambilan Keputusan Pemimpin Wanita (Studi Kasus SMP Cendekia Baznas). UIN Syarif Hidayatullah.
- Suriady, I., Ningsih, F. P., & Nurhaidar. 2021. Manajemen Komunikasi Pelaksanaan Operasi Aman Nusa Ii Madago Raya 2021 Polres Sigi Dalam Percepatan Dan Antisipasi Wabah Covid-19. *Kinesik*, 8(3), 251–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.206>
- Wahjoedi, T. 2021. *Kepemimpinan Menuju Kinerja Organisasi yang Unggul*. Jakad Media Publishing.