



Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja

Karyawan di PT Srijasa Brika Perkasa Palembang

Alfan Muttaqin

Magister Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Candradimuka Palembang

*Corresponding Author, E-mail: rohmahalfan993@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the communication strategy of employee performance leaders and focuses its research on the process of communication strategy including techniques of communication strategy. This research is qualitative research with a qualitative descriptive approach. This research method is a case study. The data collection technique used was observation, interviews and interview documentation addressed to 5 informants, namely one director of PT. Brikasa, two general managers, three finance managers and admin, four marketing managers and five field employees. The results of the research show that the leadership communication strategy in employee performance has been implemented properly, namely redundancy, canalizing, informative, persuasive, educative, coercive.

Keywords: leadership communication strategy, employee performance management

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemimpin kinerja karyawan dan memfokuskan penelitiannya pada proses strategi komunikasi meliputi teknik-teknik strategi Komunikasi. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi wawancara ditujukan kepada 5 orang informan yaitu satu direktur PT. Brikasa, dua Manajer umum, ketiga manajer keuangan dan adm, keempat manajer pemasaran dan kelima karyawan lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi kepemimpinan dalam kinerja karyawan telah dilaksanakan dengan baik yaitu *redundancy, canalizing, informatif, persuasif, edukatif, koersif*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Kepemimpinan, manajemen kinerja karyawan

PENDAHULUAN

Perusahaan PT. Srijasa Brika Perkasa (Brikasa) adalah perusahaan yang besar, anak cabang di bawah naungan PT. Pusri Palembang yang memiliki banyak kompetitor dan mitra mitra bisnis besar lainnya. Hal inilah yang menjadikan PT. Brikasa yang merupakan distributor produk dan bidang usaha jasa plant service, jasa perbengkelan, supplier dan sewa peralatan alat berat melakukan berbagai inovasi pelayanan baik luring maupun daring untuk menggaet para pelanggan mereka dan juga melakukan efisiensi pada sistem distribusi mereka yang telah ada, sebagai pionir produsen alat berat.

Adapun yang perlu dikuasai perusahaan PT. Brikasa adalah corporate komunikasi bagaimana strategi pemimpin dalam memasarkan usaha perusahaan dan yang terpenting adalah pembukuan yang tersistem, pengauditan yang standar. Gerald M. Goldhaber tokoh kunci dalam ICA audit project, mempertegas pengertian audit sebagai tindak pencegahan dengan menyatakan bahwa “audit komunikasi adalah melaksanakan diagnosis atas komunikasi organisasi. Audit komunikasi menggunakan teknik teknik rasional untuk merencanakan intervensi dan pengembangan strategi-strategi perbaikan komunikasi organisasi (Hermawan, 2017).

Ada situasi tertentu dimana pemasaran perusahaan PT. Brikasa harus menggunakan pemasaran langsung untuk meningkatkan kinerja karyawannya agar lebih termotivasi lagi dan terus berkembang ini lebih berhasil dibanding strategi komunikasi pemasaran yang lain. Beberapa situasi lain dimana pemasaran dapat berlangsung dengan baik adalah ketika ada kesempatan yang secara rinci dapat memaparkan tentang produk atau jasa, dan ketika suatu produk atau layanan memiliki potensi untuk terjadinya pembelian lanjutan dan ketika adanya kebutuhan untuk mengendalikan pesan penjualan (Soemanagara, 2006).

Permasalahan yang ada di perusahaan Brikasa ini berdasarkan dari diskusi singkat dengan pimpinan nya langsung masih kurangnya kesadaran karyawan untuk meningkatkan kinerja di perusahaan Brikasa, seharusnya organisasi yang baik itu setiap ada masalah pemimpin hanya sebatas mengetahui dan tidak banyak mengambil peran dalam menuntaskannya kecuali masalah itu benar-benar penting, kenyataannya di perusahaan Brikasa masih banyak mengambil waktu pemimpinnya, kadang waktu libur pun pemimpin turun ke lapangan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan.

Kemudian harus ada tukar menukar antara pemimpin dan yang dipimpin berlangsung tukar menukar, tapi pada kenyataannya di perusahaan Brikasa sendiri masih kurang kerjasama karyawan untuk menjaga betul perusahaan ini, masih sedikit karyawan yang siap tukar peran menjadi pemimpin karena kurangnya kesadaran menjaga perusahaan. Sempat beberapa kali kebobolan dan yang terbaru pencuri masuk dan mengambil barang-barang dan variabel variabel alat-alat berat sehingga perusahaan mengalami kerugian puluhan juta.

Seharusnya para karyawan belajar untuk bekerja dengan kelemahan pimpinan, pakar penjualan dan penulis, Les Giblin berkata: “Anda tidak dapat membuat orang lain merasa penting ditengah kehadiran anda jika anda diam-diam merasa bahwa ia bukan siapa-siapa”. Dengan cara yang sama, anda tidak dapat membangun hubungan positif dengan atasan anda jika anda diam-diam tidak menghargainya karena kelemahannya harus ada saling memberi dan menerima (*take and give*).

Hal ini diketahui setelah peneliti melakukan wawancara singkat dengan pimpinan perusahaan Brikasa bahwa permasalahannya masih belum maksimalnya perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepuasan terhadap konsumen dengan kualitas yang baik, artinya disini masih ada peluang dari perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar terus menggunakan jasa perusahaan.

Selanjutnya hal positif dari perusahaan Brikasa sendiri, Perusahaan ini sendiri menurut website yang diakses Brikasa selalu untung karena perusahaan ini selama hampir 10 tahun terakhir banyak menggarap beberapa proyek dan menyewakan alat berat apalagi sumatera selatan beberapa tahun kebelakang banyak melakukan pembangunan infrastruktur jalan tol, lintas rel terpadu (LRT) Palembang, jalan umum dan masih banyak lagi pembangunan yang bekerja sama dengan Waskita sedangkan Waskita adalah mitra utama perusahaan Brikasa, ini tak lepas dari peran komunikasi pemimpinnya sendiri.

Untuk menjawab beberapa keuntungan perusahaan ini dari hasil proyek yang untung, perusahaan sendiri memberikan bantuan dana pendidikan dan penghargaan kepada anak-anak para karyawan dan pensiunan yang berprestasi. Yang diberikan untuk satu kali tahun ajaran yang diberikan berdasarkan persyaratan dan evaluasi panitia pemberi bantuan pada tahun ajaran 2015-2016 bahwa perusahaan Brikasa mengeluarkan anggaran sebanyak Rp. 148.200.000 kepada anak-anak para karyawan perusahaan Brikasa mulai dari tingkat SD, SMP, SMA maupun perguruan tinggi.

Banyak pemimpin yang mempunyai niat mulia untuk mengembangkan anak buahnya. Namun, serapi apapun sebuah perusahaan dalam menyusun program kerja, baik komunikasi maupun gaya kepemimpinannya, tentu selalu ada tantangan dan permasalahan yang terjadi, selalu ada nilai lebih dan kekurangan sebagaimana dengan tuntutan perkembangan bisnis sekarang dan dimasa mendatang ditambah lagi perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat dimana pekerjaan karyawan bisa diatasi oleh robot buatan manusia itu sendiri, disini proses komunikasi yang efektif sangat diperlukan karena suatu strategi komunikasi yang baik mencerminkan kepribadian pemimpin itu sendiri dan akan meningkatkan kinerja para karyawan (Ramadoni, 2022).

Peneliti sendiri tertarik memahami keunikan, kepribadian, pemimpin perusahaan Brikasa ini, memahami bagaimana terbentuknya karakter pemimpinnya, mengetahui emosi pimpinan dan mengharmoniskannya, mengetahui cara melatih otak agar dapat memiliki pemikiran yang dalam dan cemerlang, mengetahui faktor rusaknya kepribadian dan karakter, mengetahui cara melihat karakter diri sendiri dan orang lain, dan mengetahui cara melihat berbagai penghalang kesuksesan dan kepribadian pemimpin.

Untuk memenuhi hal diatas maka perusahaan Brikasa harus mempekerjakan karyawan yang sesuai dengan bidang masing-masing mereka dan masing masing kepala bagian juga harus bertanggung jawab dengan hasil kerjanya. Dalam upaya untuk mencapai suatu efisiensi dan efektivitas usaha, wewenang dan fungsi-fungsi manajemen harus didelegasikan dan dikoordinasikan dengan baik. Pada perusahaan dagang yang penghasilan utamanya berasal dari penjualan barang dagangan, maka antara penjualan dan para karyawan harus menciptakan kegiatan saling menguntungkan, penjualan perusahaan bisa meningkat karena para karyawannya aktif dan termotivasi dengan semangat yang tinggi begitupun karyawan bisa meningkat kerja dan semangat karena penjualan perusahaan untuk berkali lipat dan bisa ngasih tunjangan lebih kepada karyawan.

Perusahaan Brikasa sendiri dalam mengoptimalkan usaha mereka dalam meningkatkan mutu kinerja karyawannya diambil dari data primer perusahaan dengan harapan seluruh karyawan maupun pimpinan ada dasar panduan dalam meningkatkan kualitas pribadi masing-masing maupun kualitas perusahaan, ada sembilan strategi yang dikembangkan perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawannya yang nanti peneliti kembangkan di dalam pembahasan.

Selanjutnya sistem perusahaan Brikasa pun berhasil memenuhi kebutuhan karyawan, jika sistem tersebut digunakan secara efektif dalam perusahaan manapun pasti perusahaan yang lain juga bisa berkembang pesat seperti perusahaan Brikasa, karena tidak ada struktur perusahaan yang sama persis menurut organisasi perusahaan masing masing perusahaan. Di samping itu sistem yang efektif memerlukan dukungan dari semua tingkat manajemen.

Kemudian PT Brikasa untuk menjadi andalan distribusi alat berat di Sumatera Selatan harus mampu menjaga kelangsungan hidup perusahaan, serta daya saing produk. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah pelanggan

yang telah ada harus semaksimal mungkin dipertahankan agar bisa mendapatkan hasil yang maksimal juga harus terus mencari pelanggan baru.

Disini dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif dalam menangani masalah komunikasi pimpinan kepada para karyawan maupun sebaliknya supaya tujuan perusahaan berjalan dengan lancar dan tidak ada kendala dalam mencari pelanggan, sebagaimana pembuktian hasil riset yang dijelaskan (Cangara, 2014) merumuskan strategi komunikasi adalah suatu seni yang mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai semua tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Kemudian dalam strategi komunikasi juga senantiasa terbiasa berhubungan baik dengan karyawan guna mencapai tujuan organisasi karena karyawan merupakan aset perusahaan yang penting sama halnya dengan pelanggan merupakan aset yang berharga dan memegang peran penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan disini peran pimpinan sangat dibutuhkan dalam menjaga pelanggan yang sudah ada jangan sampai lepas. Oleh karena itu perusahaan SBP selalu *upgrade skill* baik pimpinan maupun para karyawan dan berbenah diri untuk bisa bersaing dari perusahaan lainnya dalam hal kualitas pelayanan.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi pemimpin PT Brikasa Palembang dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) ?

Adapun penelitian *pertama*, (Mufti Ama, 2020) dengan judul Strategi Komunikasi Kepemimpinan & Manajemen Konflik dengan konsep LCC VASE (Listening, Clarifying, Confirming, Verifying, Action-Solving, Evaluating). Penelitian ini mengemukakan bahwa ruang lingkup kepemimpinan itu pada intinya meliputi dua permasalahan pokok yaitu teori kepemimpinan dan teknik kepemimpinan. Dimana seorang pemimpin harus benar benar memahami posisinya sebagai seorang pemimpin terlebih jika ia berada pada kelompok formal (organisasi) yang berorientasi pada profit dan benefit.

Kedua, penelitian ditulis oleh (Boediman, 2020) dengan judul Integrasi Komunikasi Kepemimpinan dengan Strategi Berbasis Sumber Daya di PT. Astra Honda Motor. Penelitian ini menyebutkan bahwa komunikasi kepemimpinan ini dikategorikan kedalam komunikasi korporat atau umumnya diistilahkan dengan komunikasi organisasi dan menjadi bagian dari *public relations* (PR) secara garis besar perspektif pendekatan berbasis sumber daya (*resource-based*).

Ketiga, penelitian ditulis oleh (Risnawati, 2020) dengan judul Strategi Komunikasi Kepemimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai pada Dinas Perhubungan Gayo Lues. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Strategi komunikasi kepemimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai dinas perhubungan Gayo Lues dengan cara membuat aturan-aturan tentang kedisiplinan masuk jam kerja tepat waktu, dan adanya kebersamaan terjalin dengan baik, akrab dan saling menghormati antara atasan dan bawahan.

Keempat, penelitian ditulis oleh (Yulianita, 2020) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan Manajer Public Relations terhadap kualitas Manajemen Public Relations dan Korelasinya dengan Efektivitas sistem Komunikasi Perusahaan. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa karakteristik kepemimpinan yang berhasil mencerminkan fungsi kepemimpinan yang diperankannya, *personal skills* pemimpinnya, dan keberhasilan tujuan organisasi yang dipimpinnya serta kepemimpinan (Aspek *Personal Skills* dan fungsi

kepemimpinan) Manajer PR memberikan pengaruh yang sangat besar yakni sebesar 76,11% terhadap kualitas manajemen PR di lingkungan BUMN.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berlandaskan paradigma *constructivism*. Penelitian dengan metode studi kasus (*study case*) ingin mendeskripsikan Strategi komunikasi kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan (Studi kasus pada PT Brikasa Palembang). Adapun data primer dalam penelitian terdapat lima orang yaitu Hardika Yanta (Direktur PT. Brikasa), Edi Yulianto (Manajer Umum), Budiman (Manajer Pemasaran), Nadia Sindi (Manajer Adm & Keuangan), dan Adi (Karyawan Lapangan). Sedangkan data sekunder pada penelitian ini yaitu buku, brosur, data dari internet, observasi, dokumentasi dan studi pustaka literature dan bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari – Mei 2023 di PT Brikasa Jl. Mayor Zen No.2 Sei Selincah, Kec. Kalidoni, Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis akan menguraikan hasil penelitian selama 3 bulan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis terhadap strategi komunikasi Kepemimpinan dalam mengelola sumber daya manusia di PT Brikasa. Hasil penelitian ini juga akan mengarah pada tujuan penelitian yang peneliti lakukan di PT Brikasa, serta menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Pertama, peneliti ingin mengetahui mendalam bagaimana strategi komunikasi kepemimpinan yang dilakukan oleh PT Brikasa dalam manajemen dan mengelola sumber daya manusia yang ada. Dalam menyusun strategi komunikasi kepemimpinan dalam manajemen yang efektif terdapat 4 tahapan menurut (Arifin, 2016) mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode serta seleksi dan penggunaan media. Kedua, peneliti memberikan saran dan masukan rekomendasi strategi yang bagus dalam kepemimpinan yaitu terdapat 4 tahapan besar yaitu mengetahui kelemahan, kelebihan, ancaman, dan kesempatan yang dimiliki, kemudian menyiapkan formulasi strategi yang tepat serta melakukan evaluasi atas strategi yang dibuat.

Terobosan Terbaru yang dilakukan pemimpin PT Brikasa

Perubahan yang pesat dibidang TK NU (Tenaga karyawan non organik) menciptakan tenaga kerja baru dan membantu warga sekitar dan keluarga karyawan. Kepemimpinan direktur sekarang menambahkan TK NU sebanyak 400 orang yang sebelumnya cuma beberapa orang bahkan tidak ada, terobosan demi terobosan direktur lakukan pada intinya dia lakukan hanya untuk memudahkan perusahaan dalam sumber daya manusia dan manajemennya dengan banyaknya tenaga kerja semua pekerjaan berat bisa diselesaikan dengan kerja bersama-sama, dan juga untuk memudahkan kehidupan warga di sekitar perusahaan serta para keluarga pegawai tetap yang membutuhkan pekerjaan.

Dalam upaya mewujudkan kepemimpinan dan usaha perusahaan yang sejalan dengan tujuan dan program perusahaan serta data dari lapangan yang banyak membutuhkan tenaga karyawan maka direktur langsung membuka 400 tenaga kerja non organik, direktur juga membuat terobosan baru yaitu masuk ke sipil-sipil, dinas terkait dalam pemasaran jasanya.

Terobosan lain adalah *handling* (penanganan) bahan baku terutama di Pusri bahan baku pabrik NPK yang mereka impor itu semua sekarang PT Brikasa yang pegang juga sekarang pasaran Brikasa sendiri sudah eksis sampai ke Cilacap, Cilegon dan Sorong Papua.

Selanjutnya adalah meningkatkan kompetensi karyawan maupun perusahaan dengan membuat berbagai sertifikasi karena itu syarat-syarat baik dari tender maupun dari pemerintahan, jadi buat sekolahan saja yang diwajibkan pemerintah berbagai macam sertifikasi perusahaan juga harus upgrade (meningkatkan), antara lain: K3 ketinggian, keselamatan dan kesehatan kerja, sertifikasi kompetensi, sertifikasi anti suap dan juga sertifikasi untuk perusahaan.

Pekerjaan yang telah dilakukan

Pekerjaan yang telah dilakukan menunjang semua keberhasilan pemimpin itu sendiri bagaimana dia memulai kemudian mengevaluasi pekerjaan dia maupun karyawannya. Pekerjaan yang dilakukan adalah hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk tujuan yang berhasil.

Berikut beberapa daftar klien PT Brikasa yang sudah berhasil menjadi mitra tetap yaitu perusahaan Asean Bintulu Fertilizer Malaysia, UFFL Chittagong – Bangladesh, Toyo Engineering co – Japan, Weihe Chemical Fertilizer – China, Daekyung – Korea, J.G.C. Corp – Japan, Bridgestone Venezuela.

Adapun perusahaan lokal Perusahaan Asean Aceh Fertilizer, perusahaan Pupuk Iskandar Muda, perusahaan Pupuk Sriwidjaja, perusahaan Pupuk Kujang Cikampek, perusahaan Pupuk Kaltim, perusahaan Intirub, perusahaan Pertamina UP III – Plaju, perusahaan Pertamina UP VI – Balongan Mitsubishi Chemical Indonesia, Perusahaan Conocophillips (Grissik), Perusahaan Petrochina – Sorong, Perusahaan Petrochina – Jabung, Perusahaan Petrokimia Gresik – Jawa Timur, Perusahaan Duta Mata Air – Benuang, Perusahaan Kaltim Methanol Industri, Perusahaan Bukaka Kujang Prima, Perusahaan C B Indonesia, Perusahaan Imeco – Jakarta, Perusahaan Exspan – Sumatera.

Selain dibidang jasa yang telah dilakukan PT Brikasa juga telah berhasil melakukan penyediaan material/ Spare Part dan sebagai keagenan berbagai jenis didukung oleh distributor-distributor, material yang disupply antara lain: *pertama*, Pipa dan Fitting. *Kedua*, Gasket, Valve. *Ketiga*, Electrical dan Instrument Part. *Keempat*, Mechanical Part

Kekurang dan evaluasi yang harus dilakukan PT Brikasa

Tujuan evaluasi tentunya adalah untuk memperbaiki kekurangan dan kendala. Evaluasi sering kita temui pada sebuah pekerjaan yang telah dilakukan. Evaluasi merupakan salah satu rangkaian kegiatan dalam meningkatkan kualitas, kinerja atau produktivitas suatu lembaga dalam melaksanakan programnya.

Hal yang penting untuk dilakukan adalah bagaimana program yang berjalan sesuai dengan harapan perusahaan dapat berjalan lancar tanpa kekurangan. Disini peneliti melihat beberapa kekurangan yang dilakukan pemimpin sekarang yaitu kurang memaksimalkan media sosial dalam mengembangkan kepemimpinan maupun perusahaan, disini peneliti mengalami kesusahan dalam mengakses informasi mengenai aktivitas perusahaan, direktur maupun para karyawan, kalau memaksimalkan media sosial seperti website, instagram, tiktok, facebook dll bisa mempermudah mencari data, masyarakat bisa melihat pemberitahuan lamaran pekerjaan, calon mitra bisa mencari tahu informasi dari media sosial dan bisa lebih percaya lagi.

Kemudian yang perlu dievaluasi kembali adalah peraturan kedisiplinan disini peneliti menemukan kedisiplinan PT Brikasa tertuang dalam surat lembaran yang ditempel di pintu masuk perusahaan sehubungan dengan peraturan perusahaan Bab IV pasal 8 mengenai hari kerja dan jam kerja perusahaan yang telah disepakati maka ditetapkan sebagai berikut: Terhitung tanggal 06 Oktober 2021 seluruh karyawan/ karyawan PT Brikasa (tetap dan

kontrak) baik yang sedang ditugaskan mengikuti proyek yang masih rutin bekerja dalam kantor dan bengkel diwajibkan untuk melakukan absensi dengan menggunakan mesin finger print yang berlokasi di kantor dan bengkel PT Brikasa. Apabila ketentuan tersebut tidak dipenuhi maka dianggap melalaikan peraturan perusahaan yang berlaku dan akan diberikan sanksi berupa pemotongan gaji.

Budaya perusahaan adalah budaya akhlak mengakselerasi transformasi bisnis menuju perusahaan agroindustri unggul di asia. (Akhlak) Amanah, Brikasa percaya bahwa dengan bertanggung jawab, berintegritas dan memegang teguh kepercayaan dapat mewujudkan visi perusahaan menjadi perusahaan agroindustri unggul di asia. Kompeten, Brikasi berkomitmen meningkatkan kompetensi insan diberbagai bidang dengan bekerja profesional dan melakukan pembelajaran berkesinambungan, untuk mencapai misi mulia mendorong pencapaian kemandirian pangan dan kemakmuran negeri. Harmonis senantiasa menjaga keselarasan hubungan antara perusahaan dan karyawan dengan bersikap positif, saling peduli dan menghargai perbedaan untuk menghasilkan karya terbaik bagi perusahaan.

Loyal, PT Brikasa mengapresiasi karyawan yang telah menjaga kesetiaan, berjuang menjaga nama baik dan berdedikasi tinggi bagi kemajuan perusahaan serta berkontribusi demi kepentingan bangsa dan negara. Adaptif, Brikasa siap berinovasi dan proaktif dalam menghadapi persaingan industri yang semakin dinamis dan kompetitif, hal tersebut dilakukan sebagai salah satu langkah inisiatif strategi untuk mengembangkan bisnis dan daya saing perusahaan. Kolaboratif, Brikasa akan terus membangun kerja sama untuk mendukung peningkatan potensi mesin di indonesia serta mewujudkan perindustrian indonesia yang berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Peneliti akan membahas hasil penelitian berdasarkan konsep 6 strategi komunikasi Anwar Arifin. Berisikan analisis tentang strategi komunikasi kepemimpinan dalam manajemen kinerja karyawan. Sumber data dalam penelitian ini sendiri terdiri dari data primer dan data sekunder yang didapat dari hasil teknik pengumpulan data melalui proses pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informan dari penelitian ini antara lain wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan alat tulis seperti pulpen, buku catatan serta *smartphone* sebagai alat bantu rekam suara dan dokumentasi. Selain itu peneliti juga melakukan observasi serta studi dokumentasi sebagai data sekunder yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam penelitian. Observasi yang dilakukan yang dilakukan peneliti adalah mengamati beberapa aktivitas pemimpin PT Brikasa.

Terakhir yaitu studi dokumentasi yang dilakukan berupa pengumpulan foto, video, arsip, serta catatan-catatan yang berhubungan dengan kepemimpinan PT Brikasa dalam manajemen kinerja karyawan. Data yang dikumpulkan tersebut, selanjutnya dikategorikan sesuai dengan identifikasi masalah, kemudian data tersebut dianalisis. Dari rangkaian analisis tersebut, kesimpulan akan ditarik untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian.

Komunikasi kepemimpinan yang terintegrasi dengan baik dapat memperkecil timbulnya resiko konflik informasi horizontal dan vertikal yang lebih besar berikut merupakan teknik/strategi komunikasi pemimpin brikasa dalam memajemen kinerja karyawan.

a. Redundancy (Repetition)

Redundancy atau repetition adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat ditarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.

Di PT. Brikasa teknik redundancy diterapkan pada saat memberikan arahan, ialah bahwa manajer dan karyawan tidak akan mudah melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang-ulang itu. Inilah yang di praktekkan pemimpin perusahaan brikasa palembang kepada para karyawan maupun manajer sehingga strategi komunikasi mereka dalam manajemen kinerja karyawan lebih efektif.

Seperti contoh lain dalam kepemimpinan lembaga islam antara guru dan murid sangat perlu adanya teknik berulang-ulang atau bisa disebut taqirir artinya guru terus mengajarkan murid nya terus menerus dan berulang-ulang dengan metode ini pemimpin/guru lebih terbantu dalam manajemen pelajaran dan bisa diingat para siswa dan bisa mempermudah sistem kerja yang ideal.

Begitu juga strategi komunikasi pemimpin perusahaan brikasa palembang perlu strategi dengan cara mengulang-ulang agar para karyawannya lebih meningkatkan manajemen kinerja mereka, sekelas perusahaan besar sekalipun seperti pusri, pertamina dll. Mereka tentu tak lepas dari strategi mengulang-ulang baik peraturan, rapat maupun arahan dari pemimpinnya selalu berulang-ulang apa mereka sampaikan.

Berikut bagian dari redudancy yaitu informasi harian dan informasi mingguan sebagai berikut:

- **Informasi Harian.**

Informasi harian pemimpin perusahaan brikasa adalah memberikan arahan tugas kepada seluruh jajaran pemimpin dibawah direktur dan para manajer ini selanjutnya mengulang lagi arahan dari direktur secara berjenjang diulang-ulang dan diingatkan setiap pekan.

Program harian yang dijalankan oleh perusahaan terdapat beberapa program diantaranya peningkatan disiplin pegawai, memberikan arahan-arahan dan motivasi dalam manajemen untuk meningkatkan kinerja kepada seluruh pegawai. Kalau para karyawan ada yang tidak menjawab pemberitahuan dari saya, langsung saya telpon apakah dia melihat informasi pesan yang saya sampaikan walaupun belum segera ditindaklanjuti apa alasanya.

Selain itu melaksanakan rapat pada awal pekan. Tujuan kegiatan ini dilakukan untuk membuka ruang diskusi dengan pegawai setelah itu program selanjutnya adalah membuat jadwal bergantian setiap manajer secara bergantian masing masing terjun kelapangan mengawasi langsung semua usaha perusahaan.

- **Informasi Mingguan**

Pemimpin perusahaan PT Brikasa setiap pekannya rutin memberikan informasi kepada perusahaan-perusahaan lain baik mitra maupun pelanggan terkait informasi pemasaran mereka. Tujuan dari pemberian informasi ini antara lain yaitu untuk menarik minat calon perusahaan baru maupun yang perusahaan yang sudah bekerjasama agar terus menggunakan jasa brikasa. Pemberian informasi ini antara lain melalui email blast, WA blast, broadcast dan telemarketing.

b. Canalizing

Teknik canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

Proses canalizing ini ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Seperti dijelaskan diatas, bahwa untuk berhasilnya komunikasi ini maka haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur merubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

Di PT. Brikasa teknik canalizing diterapkan pada saat mempengaruhi individu staf maupun secara bersama-sama, dalam hal ini pemimpin perusahaan brikasa memerlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam bidangnya untuk membangun perusahaan yang hebat dalam manajemen baik secara internal maupun eksternal, berikut ini adalah beberapa kerjasama internal dan eksternal dan juga strategi komunikasi pemimpin dalam mensosialisasi keutamaan dan manfaat jasa perusahaan dalam manajemen.

Berikut bagian dari canalizing yaitu Kerjasama internal dan kerjasama external sebagai berikut:

- **Kerjasama Internal**

Kerjasama ini melibatkan semua pihak yaitu pemegang saham, dewan komisaris, dan para manajer semua bidang tanpa kerjasama yang solid akan sulit dalam upaya manajemen untuk meningkatkan kinerja karyawan seperti antara lain:

a) **Program Pendidikan**

Tabel 1.1
Pemberian bantuan pendidikan

REALISASI			
TINGKAT SEKOLAH			
	ANAK	UANG	TOTAL
SD	34	500.000	17.000.000
SMP	40	650.000	26.000.000
SMA	49	800.000	39.200.000
PT	66	1.000.000	66.000.000
			148.200.000

Sumber: <https://ykkpusri.com>

Dengan adanya bantuan pendidikan untuk keluarga karyawan program ini sangat membantu mereka untuk lebih memiliki lagi rasa dalam bekerja dan lebih mencintai perusahaan. Strategi dalam meningkatkan SDM yang benar-benar memiliki hati dalam bekerja dan membuat totalitas dalam bekerja salah satunya

kerjasama internal yaitu membuat program pendidikan supaya para karyawan merasa dihargai baik individu maupun keluarga.

b) Program motivasi kerja berprestasi

Program ini dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), dimana dalam program pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

Perusahaan dalam mengupgrade skill para karyawan untuk SDM yang lebih baik lagi yaitu salah satunya sering mengadakan pelatihan-pelatihan baik pelatihan didalam sendiri maupun mengutus secara berkala SDM ke perusahaan yang lebih maju didalam maupun luar kota.

c) Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan disini adalah upaya pihak perusahaan (Pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.

Program yang diberikan oleh team komisaris dan direktur adalah upaya mereka memberikan penghargaan kepada karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan.

Salah satu alat yang penting dalam meningkatkan keterlibatan karyawan adalah dengan memberi mereka apresiasi yang dibutuhkan. Tidak seperti jenis bonus yang terstruktur, terkadang pemberian apresiasi yang mendadak atau tiba-tiba akan membuat pegawai jauh lebih tersentuh. Secara tidak langsung hal tersebut akan memberi dampak positif serta mendorong nilai keterlibatan yang bagus ini juga yang dilakukan perusahaan.

d) program pelatihan

Program pelatihan dilakukan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, baik kualitas maupun kuantitas dan pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya sebagai wujud komitmen dan kepedulian pemimpin kepada karyawannya.

Sebagai contoh pelatihan alat-alat berat, pelatihan ini sangat membantu para karyawan dalam menjaga diri agar terhindar dari musibah dan bisa meningkatkan kompetensi pendidikan serta SDM dan juga memudahkan bagi pegawai baru atau pegawai magang agar bisa mengenal tentang struktur organisasi dan semua sistem di dalam perusahaan termasuk peraturan yang berlaku.

Program pelatihan karyawan ini ditujukan bagi semua SDM baru supaya mereka tidak kesulitan untuk memahami tugas tugasnya dengan demikian keperluan manajemen terpenuhi sehingga aktivitas menjadi lancar, unsur utama keselamatan karyawan adalah yang paling prioritas, maka dari itu perusahaan selalu mengadakan pelatihan demi keselamatan dalam bekerja.

- Kerjasama Eksternal

Kerjasama eksternal adalah kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan brikasa palembang dalam hal ini diwakilkan pimpinannya kepada lembaga atau

instansi yang relevan dan terkait dengan kegiatan usaha perusahaan. Berikut ini bentuk kerja sama eksternal perusahaan PT. Brikasa Palembang :

a) Kerjasama atau Prospek ke perusahaan

Maksud dari kerjasama ini adalah untuk memanfaatkan aset penunjang usaha milik PT Brikasa yang kondisinya belum dimanfaatkan untuk dikembangkan/ disewakan oleh calon mitra sehingga bisa menghasilkan keuntungan untuk dua belah pihak. Melalui adanya dokumentasi peneliti, dengan adanya kerjasama ini semua pihak bisa saling menguntungkan baik dari waktu, tenaga maupun uang. Karena kalau semua SDM PT Pusri, SDM Brikasa maupun SDM mitra-mitra lainnya memperbaiki kendaraan mereka di tempat sendiri lebih murah, banyak diskon dan lebih terpercaya dan mudah ditipu.

b) Kerjasama dengan Masyarakat, LSM dan Institusi

Sebelum melancarkan komunikasi, langkah terpenting yang harus dilakukan adalah dengan cara mengenali sasaran dari strategi komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikasi itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif. Artinya komunikasi dapat dipengaruhi oleh komunikator, dan komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikasi. Komunikator dan komunikasi bukan hanya saling berhubungan melainkan juga saling mempengaruhi.

Dalam pelaksanaannya PT Brikasa menggunakan komunikasi untuk memberi dan berbagi masyarakat umum, melalui pelatihan, talk show, pengobatan gratis, berbagi Ramadhan dan lebaran, berikut wawancara dengan masyarakat mengenai kerjasama dengan masyarakat.

c) Mempertahankan pelanggan yang ada dan memprospek yang baru.

Setiap pemimpin pasti mengharapkan bisnis perusahaannya berjalan lancar itulah diperlukan manajemen yang bagus dari pemimpin sendiri maupun karyawannya. Mereka harus memahami bagaimana cara menarik pelanggan baru agar produk jasa mereka berjalan lancar, salah satu program pemimpin adalah mempertahankan pelanggan dengan cara rutin cek laporan produk dan evaluasi penjualan serta memprospek yang baru dengan cara memperluas koneksi dan bersosialisasi.

Juga handling (penanganan) bahan baku terutama di Pusri bahan baku pabrik NPK yang mereka impor itu semua sekarang PT Brikasa yang pegang. Dan juga sekarang pasaran Brikasa sendiri sudah eksis sampai ke Cilacap, Cilegon dan Sorong Papua. Itu di Indonesia kalau di luar negeri mereka sudah mengirimkan tenaga ahli pabrik ke Venezuela.

Dari penjelasan *key informan* diatas dapat dilihat bahwa Brikasa selalu mencari mitra maupun pelanggan baru untuk memakai jasa mereka dan yang terbaru lainnya adalah jasa penyaluran karyawan bagi perusahaan yang ada di Indonesia maupun luar negeri terbaru mereka menyediakan jasa ke Venezuela karena mereka membutuhkan karyawan mesin jadi mereka mencari bibit yang handal untuk dikirim disana.

c. Informatif

Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih

ditujukan pada penggunaan akal fikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

Melalui penerangan, pesan-pesan yang dilontarkan itu, berisi tentang fakta-fakta dan pendapat-pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang-nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat. Metode informatif ini lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

Di PT. Brikasa teknik informatif diterapkan pada saat mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal fikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya. Berikut bagian dari informatif yaitu pesan dan internet sebagai berikut:

a) Pesan

Salah satu pertanggungjawaban pemimpin kepada para karyawan dan pelanggan perusahaan PT Brikasa adalah memberikan informasi, data atau jumlah dan pemasukan perusahaan ada peningkatan dari tahun ke tahun kepada mereka melalui pesan baik tertulis maupun langsung, ini terlihat setelah peneliti mempelajari Company Profile PT Brikasa yang diberikan oleh Manajer umum dan personalia dan jawaban dari manajer Adm dan keuangan. Dari penjelasan *key informan* diatas, bahwa pesan yang baik sangat mempengaruhi strategi komunikasi sebagaimana kita bisa mensugesti direktur maupun pelanggan agar selalu menyukai laporan kita, dan ini bisa membuat kita selalu bagus dimata mereka.

b) Internet

Kepemimpinan 4.0 tidak lagi sama dengan era kepemimpinan sebelumnya. Peran teknologi informasi tidak lagi sekedar sebagai alat tambahan namun sudah menjadi alat yang wajib untuk menjamin dan mendorong kepemimpinan yang efektif dan yang diinginkan. Pemimpin tidak boleh gagap teknologi, IT adalah keharusan dia harus tahu dan menguasai internet. Karena dengan internet seperti whatsApp bisa memberikan izin atau alasan bisa juga usulan lewat internet bisa juga untuk dapat mendadak ketika malam hari dst. Masih banyak lagi manfaat internet, untuk itulah pemimpin PT Brikasa mempunyai berbagai aplikasi penunjang dalam berkomunikasi.

c) Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Instagram menjadi sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai PT Brikasa maupun pemimpin itu sendiri. Dalam akun Instagram, WhatsApp dan Web pemimpin perusahaan ini menggambarkan tentang program dan keberhasilan pemimpin mengelola manajemen. Serta menginformasikan berbagai program kegiatan yang telah dilakukan oleh PT Brikasa dengan tujuan dapat memikat para calon mitra baru maupun calon pegawai baru nantinya.

Berdasarkan penyampaian *key informan* di atas masih kurangnya upgrade dari segi media sosial karena mereka masih memakai strategi lama yang menurut mereka masih kondusif dan ketika peneliti wawancara *key informan* kedepan akan diperbaiki lagi dari segi pemasaran melalui media sosial akan mulai dibuat akun perusahaan selama ini kebanyakan memakai akun sosial pribadi SDM maupun direktur sendiri.

d. Persuasif

Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk mensugestikan atau mengajarkan sesuatu kepada komunikan (*suggestivitas*), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibility*).

Metode Persuasif, dengan demikian merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat mempengaruhi secara tidak sadar. Justru itu dengan metode persuasif ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti atau suggestible.

Di PT.Brikasa teknik persuasif diterapkan pada saat mempengaruhi dengan jalan membujuk. pemimpin PT Brikasa dalam setiap arahan selalu memberikan informasi terkait pekerjaan dengan menunjukkan rasa hormat dengan begitu cara pembujukan ini bisa membuat karyawan mudah diatur dan berusaha terus membangun tim terbaik, serta media komunikasi adalah media digital seperti sosial media dan media massa. Dari informasi dari *key informan* diatas strategi membujuk yang dilakukan pemimpin adalah dengan jalan membujuk baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Pemimpin PT.Brikasa secara langsung melakukan komunikasi terkait proses sosialisasi jasa kepada para karyawan dan masyarakat. Komunikasi yang dilakukan Pemimpin ini yaitu dengan cara memberikan informasi yang dapat menggugah kesadaran karyawan tentang betapa pentingnya jasa mereka dan juga langsung berkomunikasi dengan seluruh karyawan pusri maupun karyawan brikasa sendiri terkait jasa bengkel mobil dan motor khusus para karyawan. Strategi komunikasi ini diterapkan oleh PT Brikasa dalam beberapa acara seperti acara talkshow, seminar, pengobatan gratis, dan sosialisasi di pusat keramaian seperti di mall-mall, dan di pusat keramaian lainnya. Sebagaimana pernyataan dari pimpinan PT Brikasa sendiri, Bapak Ardi Yanta ketika wawancara dengan peneliti :

Pemimpin PT.Brikasa harus membujuk orang-orang lain untuk mengambil tindakan. Pemimpin harus membujuk pengikutnya melalui berbagai cara seperti menciptakan model (menjadi teladan) ini komunikasi tidak langsung pemimpin dengan menjadi contoh yang baik seluruh karyawan akan mengikuti jejak baik kita, seperti contohnya Islam teladan mereka adalah nabi mereka.

e. Edukatif

Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan sengaja, teratur dan berencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Oleh karena itu suatu pernyataan kepada umum dengan memakai metode edukatif ini, akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan memakai metode persuasif.

Di PT.Brikasa sendiri teknik edukatif diterapkan pada saat memberikan program-program. Program yang disusun pemimpin PT Brikasa adalah peningkatan kedisiplinan (pemimpin yaitu direktur maupun manajer) terjun langsung kelapangan rutin, absensi berbasis digital, rapat rutin mingguan, pegawai wajib membuat worksheet, membuat seminar, membuat pelatihan dan membuat *workshop*.

Kemudian sasaran pelaksanaan program yaitu kedisiplinan bagaimana manajemen karyawan bisa berkembang kalau tidak disiplin, etos kerja bagaimana para karyawan bisa berperilaku positif kalau etos kerjanya tidak ditingkatkan, kemampuan menyelesaikan tugas ini juga merupakan program yang amat penting karena kalau para karyawan tidak selesai tugas pada hari itu akan mengganggu kerjaan besok dan terakhir penguasaan teknologi baik itu perusahaan maupun pemimpinnya dan karyawannya wajib menguasai teknologi.

PT Brikasa dalam ajakannya selalu mengingatkan untuk saling bantu-membantu dan tolong menolong antar sesama manusia, komunikasi yang dipakai dalam evaluasi harian dalam menggunakan bahasa yang sopan dan santun, antara lain seperti berupa pertanyaan contohnya “ sudahkah anda rutin servis kendaraan ?” “sudahkah anda mengenal perusahaan kami ?” dan sebagainya.

Sedangkan untuk evaluasi harian secara resmi PT Brikasa tidak ada evaluasi harian karena Secara resmi tidak ada evaluasi akan tetapi yang perusahaan lakukan dengan cara seluruh staf menyebar ke lapangan untuk jemput bola tidak ada yang di kantor kecuali staf khusus pelayanan ataupun karyawan yang pada hari itu stay dikantor saja. Setiap bulannya selalu rapat kecil antara sesama manajer untuk para staf yang lain selalu dievaluasi bagi yang karyawan non organik/ non tetap akan selalu ada pergantian bagi yang tidak maksimal. Ini dibenarkan dari wawancara bersama karyawan

Dari Penjelasan *key informan* bahwa setiap bulan para karyawan selalu di evaluasi bagi yang memenuhi standar perusahaan maka akan diperpanjang bagi yang belum maksimal dan mengecewakan akan dilepas ini berlaku bagi karyawan non tetap sedangkan karyawan tetap evaluasinya dari pemotongan gaji tidak sampai pemecatan kecuali kesalahannya sangat berat.

f. Koersif

Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berisi suatu kekuatan yang cukup tangguh. Metode koersif ini dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

Di PT. Brikasa teknik koersif diterapkan pada saat absen dan pemotongan gaji berdasarkan peraturan perusahaan bab 4 pasal 8 mengenai hari kerja dan jam kerja perusahaan yang telah disepakati dilakukan setelah pak Hardika menjabat direktur terhitung tanggal 06 oktober 2021 bahwa seluruh karyawan/ karyawan PT Brikasa (tetap dan kontrak) baik yang ditugaskan mengikuti proyek yang masih rutin bekerja dalam kantor dan bengkel diwajibkan untuk melakukan absensi.

Salah satu cara strategi pemimpin PT Brikasa dalam meningkatkan manajemen kinerja karyawannya adalah menertibkan segala keselamatan karyawan, ini harus dipaksa untuk para karyawannya sendiri, kemudian masalah hukum mereka baik dalam perusahaan maupun individu, kemudian cara memaksa lain yang dilakukan juga dalam peraturan manajemen proyek agar perusahaan mereka terus berkembang dan citra pemimpin sendiri baik dimata karyawan, mitra maupun komisaris.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada perusahaan Srijasa Brika Perkasa Palembang dengan judul strategi komunikasi kepemimpinan dalam manajemen karyawan (Studi kasus PT Brikasa Palembang), dapat ditarik kesimpulan yaitu: Strategi komunikasi kepemimpinannya telah cukup efektif yang telah diterapkan oleh PT Brikasa, masih banyak lagi proses pelaksanaan yang masih menjadi hambatan bagi pemimpinnya maupun perusahaannya sendiri. Penggunaan media sosial menjadi hal yang harus diperhatikan dengan sangat jelas. Model strategi yang dapat dilaksanakan dan menjadi rekomendasi pelaksanaan kepemimpinan untuk menunjang SDM dan manajemen yang baik adalah strategi Anwar Arifin 6 metode yaitu *redundancy, canalizing, informatif, persuasif, edukatif, koersif*. yang bagus bagi meningkatkan gaya kepemimpinan dan strategi komunikasinya.

Saran

Peneliti memberikan usulan kepada direktur siapapun nanti yang menjadi direktur PT Brikasa agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepemimpinan yang sudah dijalankan selama ini dengan baik dan terstruktur agar kinerja pegawai dapat terus menyelesaikan tugasnya dan mampu meningkatkan kualitas manajemennya. Harapan kepada pemimpin PT Brikasa agar terus melakukan evaluasi atas kelemahan kepemimpinan maupun kelemahan perusahaan yang dilaksanakan selama ini agar lebih sempurna kedepannya. Serta terus melakukan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2016). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Boediman, E. P. (2020). Integrasi Komunikasi Kepemimpinan dengan Strategi Berbasis Sumber Daya di PT. Astra Honda Motor. *Comunicare: Journal of Communication Studies, Vol. 7 No.2*, 45-67.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mufti Ama, A. (2020). Strategi Komunikasi Kepemimpinan & Manajemen Konflik dengan Konsep LOCKCASE (Listening, Clarifying, Confirming, Verifying, Action-Solving, Evaluating). *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Vol.2 No.2 Desember* , 1-17.

- Ramadoni, M. A. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata Bukit Siguntang. *SADIDA: Islamic Communications & Media Studies Vol.2 No.1*, 81-100.
- Risnawati. (2020). Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Gayo Lues . *Al-ijtimaiah, Vol. 6 No.2*, 50-65.
- Soemanagara. (2006). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Yulianita, N. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Manajer Public Relations terhadap kualitas Manajemen Public Relations dan Korelasinya dengan Efektivitas sistem Komunikasi Perusahaan . *MEDIATOR: Jurnal Komunikasi, Vol.3 No.2*, 67-85.