

STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN PROGRAM KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA PADA PEKERJA PT PELINDO TERMINAL PETIKEMAS

Hadjar Chanissa Nur Malika ¹⁾, Monika Teguh ²⁾

^{1, 2}Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media

Universitas Ciputra Surabaya

e-mail: hchanissa@student.ciputra.ac.id ¹⁾, monika.teguh@ciputra.ac.id ²⁾

ABSTRAK

Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) merupakan standar operasional yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan. Salah satunya pada PT Pelindo Terminal Petikemas yang bergerak di jasa bongkar muat petikemas. Dalam pengoperasiannya, dibutuhkan kesadaran dan budaya K3 pada setiap diri karyawan. Maka dari itu, untuk memberikan komunikasi dan internalisasi K3 yang baik pada karyawan, Humas PT Pelindo Terminal Petikemas turut berperan dalam melakukan strategi komunikasi internal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan instrumen wawancara dan dokumentasi. Dalam hal ini, PT Pelindo Terminal Petikemas sudah melakukan strategi komunikasi internal sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Namun, strategi dan pendekatan komunikasi internal yang dilakukan tergolong normatif dan belum bisa terimplementasi hingga menjadi budaya K3. Humas masih fokus melakukan publikasi dan pembangunan citra ke eksternal terkait program kerja K3 yang dilakukan. Saran untuk Humas PT Pelindo Terminal Petikemas ke depannya adalah dapat berfokus melakukan komunikasi terhadap karyawan internal perusahaan dan mejadikan leader yang ada di setiap terminal menjadi 'Humas' di terminalnya. Dengan ini, Humas tidak harus langsung turun ke setiap terminal untuk melakukan penyampaian komunikasi K3.

Kata Kunci: Strategi Humas, Komunikasi Internal, K3

ABSTRACT

Occupational Safety and Health (OSH) is an operational standard that must be adhered to by every company. One of them, at PT Pelindo Terminal Petikemas which operates in container loading and unloading services. In its operation, awareness and a culture of OSH are needed in every employee. Therefore, to provide effective communication and internalization of OSH to employees, the Public Relations (PR) department of PT Pelindo Terminal Petikemas plays a role in implementing internal communication strategies. This study uses a descriptive qualitative method with interview and documentation instruments. In this case, PT Pelindo Terminal Petikemas has implemented internal communication strategies in accordance with the company's vision and mission. However, the internal communication strategy and approach adopted are considered normative and have not yet been implemented into the OSH culture. PR still focuses on external publication and image building related to OSH work programs. The suggestion for the PR department of PT Pelindo Terminal Petikemas in the future is to focus on communicating with internal company employees and turning the existing leaders in each terminal into 'PR representatives' at their terminals. With this approach, PR does not have to directly go to each terminal to communicate OSH information.

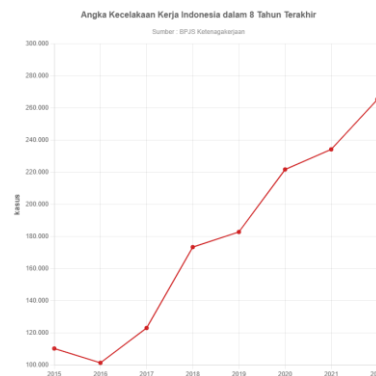
Keywords: Public Relations Strategy, Internal Communications, Occupational Safety and Health (K3)

I. PENDAHULUAN

Komunikasi internal merupakan hal yang penting dan sangat berpengaruh pada iklim perusahaan. Dalam jurnalnya, Asir dkk (2022) menyebutkan komunikasi internal terbentuk karena adanya interaksi orang-orang yang ada di dalam organisasi kerja yang ingin bertukar ide satu sama lain dalam bentuk vertikal maupun horizontal untuk keberlangsungan pekerjaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Isniyunisafna dan Dea Sarah Isfiantie (2019) membuktikan bahwa komunikasi internal yang dilakukan perusahaan, seperti membuat forum komunikasi dapat menumbuhkan loyalitas perusahaan. Lalu, penelitian milik Karlina Gusmarani dan Rajiyem (2022) menyebut bahwa komunikasi internal menjadi penghubung antara manajemen dan anggota. Kemudian, penelitian Diah Wardhani, et al (2022) yang menyebut komunikasi internal dapat membentuk komitmen pada perusahaan. Maka dalam hal ini, komunikasi internal sangat dibutuhkan untuk membentuk iklim budaya dan komitmen di perusahaan.

Pada operasi di lapangan, pekerja menghadapi berbagai ancaman bagi keselamatan dan kesehatan, maka dari itu dibutuhkan perlindungan yang aman untuk karyawan melalui Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) secara konsisten (Suartana et al., 2021). Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) telah diatur oleh pemerintah Indonesia dan dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun (2012) tentang Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Hal ini tersebut dalam Pasal 1, Ayat 2 menyatakan: "Keselamatan dan Kesehatan Kerja, selanjutnya disebut K3, adalah segala kegiatan untuk menjamin dan melindungi keselamatan dan kesehatan tenaga kerja melalui upaya pencegahan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja."

Dalam hal ini, berdasarkan data yang terhimpun oleh *International Labour Organization* (ILO) di tahun 2017, ditemukan bahwa setiap harinya terdapat 6.400 pekerja meninggal dunia dan 860.000 pekerja mengalami penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja di seluruh dunia (Hedaputri et al., 2021). Kecelakaan kerja di Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan, yang dikompilasi oleh Syaharani (2023) dapat disimpulkan bahwa kasus kecelakaan kerja di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2017, terdapat 123.040 kasus kecelakaan kerja yang dilaporkan. Pada tahun 2018, angka ini meningkat sebesar 40,94% menjadi 173.415 kasus. Pada tahun 2019, jumlah kecelakaan kerja meningkat sebesar 5,43% menjadi 182.835 kasus. Pada tahun 2020, terjadi peningkatan sebesar 21,28%, mencapai 221.740 kasus. Pada tahun 2021, angka tersebut naik menjadi 234.270 kasus, dan hingga November 2022, mencapai 265.334 kasus. Sebagian besar kecelakaan kerja ini terjadi di tempat kerja. BPJS Ketenagakerjaan telah mengeluarkan dana sebesar Rp1,79 triliun untuk membayar klaim pada tahun 2021, yang merupakan peningkatan sebesar 14,97% dibandingkan tahun 2020, yang mencapai Rp1,56 triliun.



Gambar 1. Data Jumlah Kecelakaan Kerja di Indonesia

Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziah (Antara, 2023) menyatakan bahwa penerapan K3 perlu diutamakan oleh para pemangku kepentingan mengingat meningkatnya jumlah

kecelakaan kerja setiap tahun. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan perlu secara ketat menerapkan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) secara konsisten dan sesuai dengan regulasi. Saleh (2017) menjelaskan beberapa cara untuk mengidentifikasi potensi bahaya dalam aktivitas, seperti melakukan analisis risiko bahaya dalam setiap kegiatan operasional dan mengendalikan bahaya dengan tingkat risiko tertinggi menggunakan analisis keselamatan kerja dalam industri pembuatan kapal. Dalam perusahaan yang terlibat dalam transportasi dan operasi peralatan berat, SMK3 yang efektif sangat penting untuk meminimalkan kecelakaan atau aktivitas dengan risiko bahaya tinggi.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang memperhatikan hal ini adalah PT Pelindo Terminal Petikemas, penyedia layanan logistik yang beroperasi dalam layanan penanganan petikemas. Perusahaan ini berperan sebagai operator terminal petikemas terbesar di Indonesia dan memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan keadilan nasional. PT Pelindo Terminal Petikemas memiliki kendali strategis dan kemampuan keuangan yang kuat, memungkinkan kegiatan operasionalnya lebih terkoordinasi, terstandarisasi, dan efisien, yang menguntungkan masyarakat, khususnya pengguna layanan (PT Pelindo TPK, 2023).

Untuk mencapai visi dan misinya dengan efektif, PT Pelindo Terminal Petikemas menekankan pentingnya meminimalkan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja. Meskipun perusahaan ini berhasil dalam mengelola K3 dan menerima berbagai penghargaan, kecelakaan kerja telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi komunikasi internal yang digunakan oleh Hubungan Masyarakat (PR) PT Pelindo Terminal Petikemas terkait K3 untuk mengatasi masalah ini.

Penelitian ini berfokus pada pemahaman bagaimana Humas melakukan komunikasi internal tentang keselamatan dan kesehatan kerja dengan karyawan. Dengan menganalisis strategi komunikasi internal PT Pelindo Terminal Petikemas, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengetahuan teoritis dan wawasan praktis untuk meningkatkan strategi komunikasi K3 di perusahaan-perusahaan serupa. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada kegiatan sosialisasi K3 yang dilakukan oleh Humas PT Pelindo Terminal Petikemas di Surabaya, Indonesia, dalam rentang waktu Januari 2022 hingga Desember 2022. Periode waktu ini dipilih karena adanya peningkatan kecelakaan kerja dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Humas

Pengertian Humas menurut Kriyantono (2021) dapat diartikan sebagai seperangkat alat untuk melakukan manajemen, pengawasan, dan berbagai fungsi teknis yang membantu untuk menumbuhkan kemampuan organisasi yang mana secara strategis dapat mendengarkan, mengapresiasi, dan merespons orang-orang yang berhubungan dan saling menguntungkan dengan organisasi yang diperlukan untuk mencapai visi dan misinya. Adapun pengertian strategi tidak hanya sebagai peta atau pedoman terhadap suatu arah dan tujuan, namun strategi juga merupakan bagian dari taktik operasional tertentu (Cahyani, 2020).

Dalam strategi Humas, terdapat 2 kata dengan 2 arti terminologi yang berbeda. Pada buku yang ditulis oleh Johnson & Gleanny (2020) dituliskan bahwa strategi merupakan sebuah penentu dari tujuan dasar jangka panjang dari suatu perusahaan, dalam hal ini diperlukan tindakan dan alokasi dari sumber daya yang ada untuk dapat terciptanya tujuan tertentu. Masih dalam buku yang sama, hubungan masyarakat (Humas) atau yang biasa disebut sebagai *public relations* (PR) didefinisikan bahwa hubungan masyarakat adalah praktik atau suatu usaha yang disengaja, direncanakan, dan berkelanjutan untuk dapat membangun dan memelihara komunikasi yang baik antar organisasi dan publiknya.

Smith (2020) menuliskan dalam bukunya bahwa dalam 30 tahun terakhir, hubungan masyarakat telah menjadi fungsi manajemen. Humas didefinisikan sebagai suatu fungsi manajemen yang membangun sekaligus memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara pihak organisasi dan juga publik. Lebih lanjut, Smith menuliskan bahwa hubungan masyarakat dikelola secara strategis untuk dapat mengidentifikasi *stakeholder*, mengelompokkan beberapa kategori publik yang berasal dari berbagai *stakeholder*, dan menyelesaikan suatu isu yang tercipta dari adanya interaksi dengan publik. Dalam hal ini, dapat dituliskan bahwa strategi Humas merupakan salah satu fungsi manajemen di mana Humas melakukan serangkaian rancangan agenda untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara menyampaikan suatu pesan terhadap stakeholder. Maka, dapat dituliskan bahwa strategi Humas merupakan salah satu bentuk dari strategi komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan strategi operasional yang merupakan mekanisme yang terencana secara sistematis, maka dari itu strategi operasional dapat diasosiasikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan secara prosedural untuk mencapai suatu tujuan (Maulana & Pramusinto, 2020). Dalam melakukan strategi Humas, dibutuhkan perencanaan yang tepat. Smith (2020) memaparkan model dari langkah-langkah perencanaan strategi Humas yang biasa digunakan dalam Humas maupun pemasaran. Langkah tersebut terbagi menjadi 4 fase yaitu:

1) Penelitian formatif 2) Strategi 3) Taktik, dan 4) Penelitian Evaluatif.

B. Komunikasi Internal

Komunikasi internal memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan organisasi atau perusahaan. Maka dari itu, perlu perhatian khusus pada komunikasi internal yang ada di dalam organisasi untuk menciptakan terjalannya komunikasi yang baik agar dapat menghasilkan koordinasi antar pegawai dan efektivitas kerja pegawai (Kurniasih, 2021). Komunikasi internal memiliki banyak definisi di dalamnya. Salah satunya yang dituliskan oleh Ganiem & Kurnia (2019) dalam bukunya bahwa komunikasi internal merupakan suatu cara untuk mendistribusikan, menginternalisasi dari implementasi visi, misi, kebijakan dan strategi yang dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dapat menciptakan kekuatan untuk dapat mencapai kinerja dalam perusahaan yang maksimal. Dalam hal ini, untuk mencapai keberhasilan perusahaan yang optimal, maka diperlukan komunikasi internal yang baik dan efektif di dalam suatu perusahaan.

Komunikasi internal merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan yang memiliki komunikasi internal yang efektif dapat menurunkan tingkat keluar masuknya karyawan, dapat meningkatkan produktivitas karyawan, mampu meningkatkan keuntungan perusahaan, dan dapat membagikan keuntungan kepada pemegang saham dengan baik dan jangka waktu yang lama (Ganiem & Kurnia, 2019) Secara garis besar, komunikasi internal yang terjalin baik di dalam perusahaan dapat berdampak secara berkelanjutan. Mulai dari terciptanya produktivitas karyawan hingga berdampak terhadap keuntungan perusahaan.

Komunikasi internal merupakan hal yang sangat krusial untuk keberlangsungan suatu perusahaan, maka dari itu dalam komunikasi internal akan sangat memungkinkan terjadinya hal-hal yang menjadi kendala dalam komunikasi internal dalam Ganiem dan Kurnia (2019). Di dalamnya antara lain:

1) Pola pikir atau *mindset* individu di dalam perusahaan. Perusahaan umumnya memberikan pendekatan secara spesialisasi. Hal ini membuat adanya kekhawatiran adanya perubahan pola pikir pada karyawan. Maka dari itu kemampuan untuk memberikan motivasi positif perlu untuk dilakukan.

2) Struktur organisasi. Kendala lainnya dalam komunikasi internal adalah struktur organisasi yang rumit sehingga menyulitkan dalam koordinasi dengan tim lainnya. Hal ini dapat terjadi karena individu di dalam organisasi menjaga kepentingan masing-masing sehingga kurang terciptanya sinergi dan kerja sama yang baik dalam berbagi data dan informasi.

3) Merasa superior. Di dalam perusahaan terkadang muncul permasalahan divisi yang merasa lebih *'elite'* sehingga merasa lebih dibutuhkan dan membatasi diskusi dengan divisi lainnya.

4) Besarnya tugas yang diemban. Dalam hal ini dibutuhkan kolaborasi yang baik dari keseluruhan tingkat perusahaan. Mulai dari tingkat senior hingga ke tingkat di bawahnya.

5) Kemampuan manajer yang kompeten untuk mengatasi kendala komunikasi internal yang ada.

Kendala komunikasi internal tidak hanya pada pelaksanaan teknis yang telah dilakukan. Kendala-kendala dalam komunikasi internal kini bisa terjadi karena adanya pola dan gaya komunikasi lintas generasi. Kelompok kerja yang terdiri dari berbagai rentang usia pasti memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda dalam menyelesaikan tugas (Yolanda & Paramita, 2024). Di dalam lingkungan perusahaan, sangat lumrah memiliki karyawan dengan usia yang heterogen. Misalnya karyawan dengan tingkat manajerial diduduki oleh karyawan dengan generasi *baby boomers*. Lalu untuk karyawan tingkat bawah diduduki oleh karyawan generasi milenial. Tiap generasi terbentuk atas sejarah, kondisi ekonomi, politik, dan sosial budaya yang berbeda. Hal ini mengakibatkan akan adanya perbedaan tiap generasi dalam sikap bekerja, gaya kepemimpinan, gaya hidup yang diyakini, dan sikap komunikasi. Maka dari itu dibutuhkan beberapa pendekatan aktif yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun sinergi yang terjadi di dalam perusahaan dengan karyawan lintas generasi (Ganiem & Kurnia, 2019), yaitu:

1) Dapat memahami kebutuhan dasar yang dimiliki oleh setiap manusia. Yakni bahwa manusia ingin berkembang, ingin didengarkan dan ingin dianggap penting. Maka dari itu diperlukan lingkungan kerja yang mendukung dan kolaboratif dengan memahami bahwa setiap generasi memiliki kekuatan berkontribusi masing-masing dengan sudut pandang dan pemahaman masing-masing.

2) *Stereotype* yang muncul dari masing-masing generasi hanya akan merusak keharmonisan perusahaan.

3) Manajemen perusahaan mampu mengelola kerja sama kelompok yang baik, misalnya menghadirkan pertemuan tiap minggunya.

4) Membentuk komite atau grup dari lintas generasi agar dapat membuat jadwal pertemuan formal dan kasual sehingga perusahaan mendapatkan gagasan dan mengembangkan gagasan tersebut dari lintas generasi.

Tak hanya persoalan mengenai lintas generasi. Persoalan lainnya adalah adanya gangguan pada proses komunikasi, yang bertujuan utama untuk mencapai kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan. Namun, makna yang disampaikan dapat bervariasi karena adanya gangguan atau *noise*. Gangguan ini bisa berupa perbedaan latar belakang, seperti budaya (Muslimah, 2023). Keberagaman budaya dan latar belakang dari masing-masing karyawan juga penting untuk diperhatikan dan dibina agar mampu menjadikan iklim korporasi yang baik. Maka dari itu, untuk dapat menciptakan komunikasi internal yang baik terdapat delapan prinsip komunikasi internal yang efektif, yaitu:

1) Perusahaan memiliki seorang direktur yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan bersedia untuk menemui bawahannya.

2) Perusahaan memiliki kesesuaian antara nilai-nilai yang dinyatakan dan nilai-nilai yang dilakukan secara nyata di keseharian secara konsisten.

3) Dapat memastikan terjadinya komunikasi yang berlangsung secara dua arah dan memberikan perhatian pada komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan.

4) Memberikan fokus dan perhatian pada komunikasi secara tatap muka.

5) Mampu mendorong seluruh karyawan perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap keberlangsungan komunikasi yang baik.

6) Mengkomunikasikan kabar baik serta kabar buruk secara baik, akurat, dan tepat waktu. Jika mengkomunikasikan kabar buruk, maka perlu untuk dinilai dan didukung secara budaya agar tidak merusak moral karyawan.

7) Mampu mengenali perbedaan komunikasi antara pelanggan, klien, audiens, dengan memperhatikan perbedaan antara penyampai dan penerima berita.

8) Mendukung seluruh aktivitas komunikasi yang terjadi di lingkungan karyawan.

Kunci dari keberhasilan komunikasi internal adalah keterlibatan karyawan di dalam perusahaan. Komunikasi tidak selalu berjalan lancar seperti yang dibayangkan, ada berbagai kendala yang dapat mempengaruhi keberhasilannya. Pesan yang disampaikan mungkin ditafsirkan secara berbeda, menyebabkan efek dan tindakan yang berbeda pula. Selain dari pesan itu sendiri, hambatan dan gangguan dalam komunikasi juga dapat berasal dari komunikator, komunikan, serta pemilihan media (Farahdiba, 2020). Saat ini, era digital turut memberikan disrupsi terhadap adanya pola komunikasi saat ini. Hal ini menjadikan beberapa perubahan yang terjadi di dalam perusahaan, misalnya kini mengirim surat tidak hanya melalui bentuk fisik namun melalui surel resmi perusahaan. Adapun beberapa perubahan yang terjadi dalam komunikasi internal perusahaan adalah:

1) Penggunaan komunikasi melalui bentuk fisik seperti kertas undangan semakin berkurang. Misalnya, dahulu pesan internal dicetak sesuai dengan jumlah karyawan, namun saat ini dengan menggunakan kanal seperti surel atau aplikasi pesan Whatsapp yang mana dengan satu klik untuk mengirim pesan semua karyawan dapat menerima pesan yang sama.

2) Grup yang dibentuk dari sosial media seperti Whatsap group, SMS, dan surel menjadi bentuk komunikasi internal yang lumrah dan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

3) Banyak orang yang menggunakan telepon pintar daripada komputer. Kemampuan internet dan mengakses seluruh data informasi dapat terakomodasi dengan baik dengan bentuknya yang kecil dan ringan sehingga sangat memudahkan untuk keperluan bisnis yang dinamis.

4) Perusahaan yang juga harus turut memperhatikan keamanan data milik karyawannya. Hal ini dikarenakan data merupakan hal yang sangat sensitif dan dapat dengan mudah dibajak oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

III. METODE PENELITIAN

Adapun, pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam bukunya, Sudaryono (2021) menuliskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif ini bertujuan untuk dapat mendeskripsikan atas suatu kejadian atau fenomena yang sudah atau sedang berlangsung apa adanya tanpa ada rekayasa. Maka dari itu, penelitian kualitatif bersifat untuk dapat mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Dalam hal ini, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas berdasarkan fenomena yang terjadi (Sa'adah et al., 2022).

Penelitian ini berfokus pada strategi Humas internal dari PT Pelindo Terminal Petikemas. Adapun, fokus bahasan pada penelitian ini adalah membedah bagaimana strategi yang digunakan oleh Humas PT Pelindo Terminal Petikemas untuk mengkomunikasikan dan menginternalisasi informasi terhadap Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) pada karyawan. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

1) Wawancara

Salah satu instrumen penelitian yang sering digunakan adalah melakukan wawancara. Adapun, wawancara sendiri merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yang mana digunakan untuk dapat mengetahui informasi secara langsung dari sumbernya (Sudaryono, 2021).

2) Dokumentasi

Fiantika (2022) menjelaskan bahwa dokumentasi memiliki peran penting sebagai metode untuk menghimpun data yang berasal dari berbagai sumber, baik dalam bentuk tulisan, lisan, maupun visual.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan pendekatan yang mengacu pada model analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Model analisis menurut Miles dan Huberman, yang dijelaskan dalam penelitian oleh Hardani dan rekan-rekan pada tahun 2020, terdiri dari tiga tahap kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Secara umum, tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman mencakup langkah-langkah sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Reduksi data dapat diinterpretasikan sebagai proses seleksi, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang diperoleh dari lapangan. Oleh karena itu, proses ini menghasilkan data yang terpilih dan data yang tidak digunakan.

b) Penyajian Data

Pada tahap ini, penyajian data merupakan kumpulan dari informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan (Hardani et al., 2020). Tujuan dari adanya penyajian data tersebut adalah untuk memudahkan peneliti dalam membaca dan menarik kesimpulan penelitian (Murdiyanto, 2020)

c) Penarikan Simpulan

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan awal dari data yang sudah dianalisis yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan dapat berubah di kemudian hari jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Hardani et al., 2020).

Untuk menguji kebenaran dan keabsahan data yang sudah dianalisis, pada penelitian kualitatif, dibutuhkan hasil penelitian yang sesuai dengan temuan data yang dihasilkan. Hardani, dkk (2020) menyebutkan bahwa pada penelitian kualitatif, data atau temuan dapat dinyatakan valid dan sah jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dari peneliti dan kenyataan yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang sedang diteliti. Untuk menguji keabsahan sumber, digunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara mengecek ulang data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber.

Agar hasil penelitian dapat dipertimbangkan kebenarannya, maka diperlukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas tidak hanya berfokus pada konsistensi atau ketepatan dari hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan, namun juga harus mempertimbangkan proses selama melakukan penelitian, seperti penggunaan instrumen atau alat-alat penelitian (Budiasuti & Bandur, 2018). Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan proses audit.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada PT Pelindo Terminal Petikemas yang merupakan *sub-holding* dari Pelindo Grup, yakni salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

A. Strategi Humas

Berdasarkan teori yang dituliskan oleh Smith (2020), tahapan strategi Humas adalah: 1) Penelitian formatif, 2) Strategi, 3) Taktik, dan 4) Penelitian Evaluatif. Pada tahapan melakukan penelitian formatif, Humas PT Pelindo Terminal Petikemas tidak banyak melakukan penelitian untuk implementasi program K3. Namun, dalam hal ini Humas melakukan dukungan untuk melakukan penyampaian komunikasi dari program yang sudah dicanangkan oleh HSSE (*Health, Safety, and Secure Environment*). Seperti membuat bentuk visual dari rambu-rambu yang ada di pelabuhan, membuat semboyan atau *tagline*, hingga melakukan publikasi kepada audiens eksternal dari program yang telah dijalankan. Dalam hal ini, Humas lebih banyak berfokus pada publikasi ke eksternal, sedangkan dalam hal ini, Humas juga harus fokus dan banyak terlibat untuk membuat *campaign* ke internal.

Humas harus dapat berkolaborasi dengan divisi SDM untuk dapat melakukan penelitian formatif dalam melakukan *campaign* terhadap internal.

Tahapan selanjutnya dari strategi Humas adalah melakukan penetapan strategi yang jelas dan terukur. Humas PT Pelindo Terminal Petikemas merancang strategi dengan menetapkan tujuan dan sasaran yang terukur berdasarkan hasil turunan dari visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun strategi komunikasi yang dilakukan dibuat berdasarkan SOP yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Seperti misalnya adanya *crisis management* atau *fatality* yang terjadi. Maka Humas akan melakukan SOP perusahaan, seperti menyiapkan *spoke person*, membuat *press release*, dan melakukan *media conference*.

Kemudian taktik strategi komunikasi yang dilakukan Humas adalah mempertimbangan penggunaan dari *paid media*, *earned media*, *shared media*, dan *owned media (PESO)* sesuai dengan kebutuhan dan target yang dimiliki perusahaan. Penggunaan model komunikasi PESO menunjukkan bahwa penggunaan *multi-channel* secara bersamaan, baik *offline* maupun *online*, dapat meningkatkan integrasi pesan utama yang ingin disampaikan pada khalayak (Slowikowski et al., 2021). Tidak hanya itu, dalam merancang taktik komunikasi untuk mengimplementasikan K3, Humas Pelindo turut melakukan perancangan agenda selama satu tahun. Humas turut membantu untuk melakukan eksekusi terhadap program K3 yang dilakukan oleh perusahaan.

Tahapan terakhir dari perancangan strategi Humas adalah melakukan penelitian evaluatif. Humas PT Pelindo Terminal Petikemas melakukan evaluasi dari target yang telah ditetapkan dan melakukan analisis mengenai faktor-faktor penyebab dari kurangnya keberhasilan dari target yang telah dibuat. Evaluasi juga dilakukan dengan melakukan *cross check* antar divisi. Sehingga pesan atau informasi terkait K3 yang akan disampaikan tidak ada kesalahan atau minim kesalahan.

B. Komunikasi Internal

Komunikasi merupakan suatu bagian dari bentuk proses yang dinamis dan berkelanjutan, maka dari itu tidak diketahui kapan suatu komunikasi diawali dan diakhiri (Teguh & Wijaya, 2020). Hal ini merujuk pada komunikasi internal yang bersifat dinamis di dalam suatu perusahaan. Dalam melakukan komunikasi internal mengenai penyampaian K3 tidak hanya dilakukan oleh Humas, namun juga dilakukan oleh divisi SDM. Dalam melakukan komunikasi internal tentunya terdapat beberapa hambatan seperti pola pikir karyawan, struktur perusahaan, superioritas, besaran tugas, dan kemampuan *manager* yang bersangkutan (Ganiem & Kurnia, 2019).

Dalam mengatasi pola pikir, PT Pelindo Terminal Petikemas menggunakan cara *gamification*. *Gamification* adalah memasukkan unsur permainan ke dalam unsur non-permainan seperti di lingkungan pekerjaan (biworldwide, 2024). *Gamification* dilakukan dengan cara memberi penghargaan pada terminal yang paling aman dan sedikit kecelakaan kerjanya. Dengan hal ini, karyawan terpacu untuk meningkatkan K3. Perusahaan juga memberi dukungan melalui berbagai *training*, *coaching*, atau sertifikasi mengenai K3.

Kemudian struktur perusahaan dapat menjadi hambatan pada komunikasi internal yang ada di perusahaan. Hal ini tidak menjadi masalah besar pada PT Pelindo Terminal Petikemas. Hal ini dikarenakan secara struktur sudah disampaikan dengan jelas. Perusahaan juga menyediakan masa orientasi atau pengenalan kepada karyawan baru atau karyawan magang. Struktur yang jelas ini tentu memudahkan dalam koordinasi tim terkait komunikasi internal termasuk K3.

Selanjutnya adalah sikap superior dan besaran tugas yang dapat menghambat komunikasi di perusahaan. Dalam jurnalnya, Umaroh (Umaroh, 2020) menyatakan bahwa perjuangan untuk menjadi unggul atau superioritas berarti bertindak dengan fokus pada diri sendiri dan berusaha untuk menjadi lebih baik daripada orang lain. Sementara itu, perjuangan untuk keberhasilan berarti berusaha mencapai kompetensi yang lebih tinggi, baik untuk diri sendiri maupun untuk kebaikan bersama. Dalam hal ini PT Pelindo Terminal

Petikemas telah meleburkan *barier* yang terjadi karena superior. Perusahaan telah menekankan bahwa semua divisi memiliki peran sama dan harus bertanggung jawab atas sinergitas yang ada di perusahaan. Kemudian adanya besaran tugas yang sudah disesuaikan dengan porsi dan *jobload* masing-masing dari karyawan. Namun, mengenai budaya K3 yang ada di perusahaan, bukanlah hanya tugas dari karyawan HSSE namun juga seluruh karyawan yang ada di perusahaan, terutama *leader* atau *terminal head* (TH) yang ada di setiap terminal petikemas.

Selanjutnya adalah kemampuan komunikasi pimpinan, termasuk di dalamnya *manager* untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain atau bawahannya. Kompetensi komunikasi pimpinan yang baik akan menghasilkan tingkat kinerja suatu perusahaan atau organisasi menjadi semakin baik (Sitorus, 2020). Kemampuan komunikasi oleh *manager* dalam menyampaikan pesan terkait K3 tentu berpengaruh dalam melakukan komunikasi internal. PT Pelindo Terminal Petikemas sudah melakukan analisis yang sesuai dengan beban kerja *manager* atau pimpinan yang ada di perusahaan. Kemudian dilakukan juga serangkaian *workshop* yang ditujukan kepada pimpinan atau karyawan level manajerial di perusahaan. Salah satunya adalah *board room safety champion safeting a safety culture safety basic based on strategic learn leadership*. Dalam workshop ini para pimpinan diberi bekal untuk dapat melakukan alur dan cara berkomunikasi yang baik kepada karyawannya terkait K3. Sehingga dapat mendukung peningkatan implementasi K3 yang ada di perusahaan.

Komunikasi internal saat ini juga dipengaruhi adanya latar belakang yang berbeda pada karyawan sehingga mengakibatkan stereotip yang terjadi antar generasi. Maka dari itu, perusahaan harus dapat mendukung adanya kolaborasi yang tercipta antar generasi, seperti generasi *baby boomer*, milenial, hingga gen Z. Pada kasus ini, PT Pelindo Terminal Petikemas telah menerapkan *respectfull workplace policy* yang menekankan pada setiap pekerja untuk menghargai rekan kerjanya. Perusahaan juga menyediakan *help desk* atau *person in charge* (PIC) jika merasa dirundung karena stereotip atau label yang disematkan oleh rekannya. Tak hanya itu, perusahaan juga mendukung melalui spasial ruang kerja yang ada di perusahaan. Dari segi desain, gaya ruang kerja tidak menonjolkan salah satu dari generasi yang ada, misalnya gaya klasik yang identik dengan *baby boomer*.

Kemudian upaya komunikasi internal yang efektif adalah perusahaan yang mampu melakukan pertemuan kerja kelompok antar generasi. Upaya ini dilakukan dengan mengagendakan acara formal dan informal. Acara formal ini disebut sebagai *community on practice* (COP). COP merupakan tempat pertemuan untuk karyawan di salah satu bidang keahliannya, misalnya Humas. Di forum ini, karyawan dapat memberikan diskusi dari pemikirannya terkait ruang lingkup keahliannya. Selanjutnya adalah pertemuan informal melalui komunitas-komunitas minat dan bakat. Misalnya, komunitas bersepeda, komunitas fotografi, komunitas *muay thai*, dan lainnya. Dalam pertemuan ini, karyawan berkesempatan untuk bertemu rekan kerja lain antar generasi yang memiliki minat yang sama. Perusahaan juga mengagendakan karyawan untuk melakukan *outing*. Hal ini tentu dapat membantu karyawan untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman serta mendekatkan hubungan antar rekan kerja. Dengan begini, komunikasi internal dapat terlaksana dengan mudah karena terciptanya lingkungan kerja yang baik, konflik yang diminimalisir, dan meningkatkan kesejahteraan dan mental pada karyawan.

Kemudian prinsip komunikasi internal pada perusahaan turut dipengaruhi oleh hal-hal seperti pimpinan yang memiliki komunikasi yang baik, perusahaan memiliki kesesuaian nilai yang dilakukan secara riil oleh karyawan, terjadinya komunikasi secara dua arah dan fokus pada komunikasi tatap muka, dapat mendorong karyawan untuk bertanggung jawab pada keberlangsungan komunikasi, dapat mengkomunikasikan kabar baik dan buruk perusahaan dengan baik, mengenali perbedaan antara penyampai dan penerima pesan dan dukungan perusahaan atas segala seluruh aktivitas yang dilakukan karyawan. Dalam hal ini, pimpinan PT Pelindo Terminal Petikemas sudah membuktikan komunikasi internalnya melalui *workshop* yang telah diikuti dan bersedia menemui bawahannya. Para pimpinan

bersedia menemui bawahannya dan melakukan penyampaian dua arah dan secara tatap muka melalui program management *walkthrough* dan *morning briefing*.

Lalu, kesesuaian antara nilai yang dimiliki oleh perusahaan dilakukan secara ril oleh karyawan melalui *Standard Operational Procedure (SOP)* perusahaan yang sudah ditetapkan. Untuk mendukung hal ini, dilakukan sosialisasi dan *review* langsung yang dilakukan dengan interaksi pada pekerja yang ada di lapangan. Kemudian komunikasi internal yang terjadi secara dua arah, memastikan antara penyampai dan penerima, mendukung fokus dan perhatian tatap muka dengan melibatkan seluruh elemen perusahaan adalah dengan adanya komunikasi yang terjadi pada saat kegiatan pertemuan di dalam perusahaan seperti *workshop*, *CoP*, *management walkthrough*, maupun kegiatan informal seperti pertemuan komunitas. Dengan berbagai hal ini, komunikasi internal dapat terjalin dengan baik dan mendukung implementasi peningkatan K3.

Perusahaan harus melakukan komunikasi mengenai kabar baik dan buruk perusahaan dengan sesuai agar tidak menjadi hal yang merusak moral atau citra perusahaan atau karyawan. Dalam hal ini perusahaan telah menetapkan *Responsible, Accountable, Consulted, Informed* atau yang kerap disebut RACI. Matriks RACI digunakan oleh perusahaan untuk menentukan peran, tanggung jawab, dan tingkat wewenang untuk setiap aktivitas dalam perusahaan termasuk dalam menyampaikan kabar buruk (Suhanda & Pratami, 2021). Untuk memastikan kabar baik tersampaikan dengan benar, perusahaan melakukan penyampaian melalui konten-konten sosial media secara rutin. Adapun sebaliknya, jika terdapat kabar buruk, terutama terkait K3, maka perusahaan akan melakukan penyampaian yang sesuai dengan prosedural perusahaan. Seperti melakukan penyampaian kabar buruk kepada pihak yang berwenang. Kemudian Humas akan melanjutkan dengan memberikan *statement* dari *spoke person* yang ditunjuk, merilis pemberitaan, dan melakukan *media conference*. Hal ini dilakukan agar kabar buruk tidak memperburuk citra perusahaan secara berlarut-larut.

Lalu, kondisi komunikasi internal di perusahaan juga dipengaruhi oleh teknologi baru yang mendisrupsi cara komunikasi. Seperti penggunaan undangan fisik yang berkurang, grup sosial media menjadi medium komunikasi yang lumrah dilakukan, penggunaan telepon genggam yang menggantikan komputer untuk bekerja, dan rawanya pembajakan dan penyalahgunaan data. Dalam hal ini, Humas PT Pelindo Terminal Petikemas masih menggunakan media bantu seperti poster dan rambu-rambu di terminal di tengah maraknya penggunaan kampanye sosial media yang masif. Selain itu, mengenai surat undangan perusahaan, PT Pelindo Terminal Petikemas menggunakan media digital berupa *Pelindo E-Office (PEO)* untuk keperluan penandatanganan dan undangan di internal perusahaan. Namun, untuk undangan kepada pihak eksternal, seperti Dinas Ketenagakerjaan, perusahaan masih menggunakan undangan dengan bentuk fisik.

Dalam iklim komunikasi internal PT Pelindo Terminal Petikemas sudah sangat memaksimalkan penggunaan grup sosial media. Komunikasi satu arah maupun dua arah sudah terjadi pada grup sosial media perusahaan seperti *WhatsApp* grup atau email. Dengan adanya grup sosial media, tentu memudahkan koordinasi terutama yang berkaitan dengan K3 di perusahaan.

Kemudian penggunaan telepon genggam yang kini lebih mendominasi untuk dipakai bekerja daripada laptop atau komputer. Pada kasus ini, perusahaan menggunakan telepon genggam dan laptop secara seimbang. Misalnya seperti, Humas yang melakukan pengambilan video atau gambar melalui telepon genggam lalu disunting dengan menggunakan laptop. Pun dengan divisi HSSE yang melakukan laporan harian dengan menggunakan telepon genggam karena terdapat aplikasi *MyHSSE* yang berfungsi untuk laporan kejadian di terminal. Hal ini dikarenakan telepon genggam merupakan alat elektronik yang dinamis sehingga memudahkan dalam melakukan pekerjaan.

Saat ekosistem perusahaan sudah banyak beralih ke digital, maka dari itu diperlukan keamanan lebih terkait dengan data dan sistem perusahaan. Perusahaan turut memberikan *awareness* berupa *Cyber Security Awareness*. Dalam hal ini, Humas turut mensosialisasikan bahwa tugas menjaga keamanan data tidak hanya dari divisi IT, namun

dari semua divisi perusahaan. Perusahaan juga menekankan untuk mematikan komputer setelah selesai bekerja, melakukan penggantian kata sandi secara berkala untuk akun yang terafiliasi dengan akun perusahaan seperti akun PEO, lalu menggunakan perangkat lunak yang resmi, tidak meng-klik tautan yang mencurigakan seperti *link phishing* yang dikemas seperti surat undangan. Adapun, *link phishing* sendiri menurut Ramadhan et al., (2022) dalam jurnalnya adalah salah satu jenis hoaks dan kejahatan siber yang kerap muncul di internet. Umumnya, *link phishing* disebar dengan tawaran yang menarik untuk memancing orang agar membuka tautan tersebut dan memberikan informasi pribadi mereka.

V. KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian pada PT Pelindo Terminal Petikemas. Humas PT Pelindo Terminal Petikemas telah menerapkan strategi komunikasi internal yang didasarkan pada visi dan misi perusahaan untuk meningkatkan program kesehatan dan keselamatan kerja (K3). Komunikasi tersebut melibatkan Humas serta Sumber Daya Manusia dengan fokus pada budaya korporat. Humas menggunakan berbagai taktik seperti komunikasi visual, publikasi program K3, dan interaksi langsung dengan karyawan di terminal untuk meningkatkan kesadaran akan K3. Sementara itu, Humas turut didukung oleh divisi SDM untuk melakukan dukungan psikologis atau pendekatan melalui forum formal seperti CoP dan kegiatan komunitas minat dan bakat untuk mengatasi hambatan komunikasi dan stereotip di antara karyawan. Pendekatan ini tentunya dapat memungkinkan penyampaian pesan K3 oleh Humas menjadi lebih efektif dan lebih diterima oleh karyawan. Dengan demikian, kolaborasi antara Humas dan SDM memberikan dampak untuk meningkatkan keselamatan dan kesehatan kerja di perusahaan.

Saran yang diberikan penulis untuk penelitian selanjutnya sebagai pengembangan dari penelitian ini adalah melakukan analisis mengenai efektivitas dari program yang telah berjalan selama ini. Sehingga dapat terlihat dengan jelas dan pengukuran dari efektivitas program yang sudah berjalan dan sudah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2023, January 12). *Menaker: Jumlah kecelakaan kerja meningkat beberapa tahun terakhir*. <https://jambi.antaranews.com/berita/535881/menaker-jumlah-kecelakaan-kerja-meningkat-beberapa-tahun-terakhir>
- Asir, M., Ismail, A., Nurul Syobah, S., Bungkes, P., Makassar, I., Darwan Ali, U., Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, U., & Takengon, I. (2022). Analysis Of The Role Of Internal Communication And Leadership Behavior On Work Effectiveness Analisis Peran Komunikasi Internal Dan Perilaku Kepemimpinan Terhadap Efektivitas Kerja. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2771–2779. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- biworldwide. (2024). *What is Gamification?* <https://www.biworldwide.com/gamification/what-is-gamification/#:~:Text=Gamification%20is%20adding%20game%20mechanics,Inspire%20collaborate%2C%20share%20and%20interact.>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Cahyani, A. M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi di Kantor Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 10–19. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *JURNAL ILMIAH KOMUNIKASI MAKNA*, 8(1). <https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Get Press.

- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi Korporat Konteks Teoritis dan Praktis* (D. Feirus, Ed.; 1st ed.). Prenada Media.
- Gusmarani, K., & Rajiyem. (2022). Strategi Komunikasi Internal Dalam Perubahan Organisasi Di Masa Mendatang. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 137–162.
- Hardani, Auliya Nur Hikmatul, Andriani Helmina, Fardani Roushandy Asri, Ustiawaty Jumari, Utami Evi Fatmi, Sukmana Dhika Juliana, & Rahmatul Istiqomah Ria. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Abadi Husnu, Ed.). CV. Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hedaputri, D. S., Indradi, R., & Putri Illahika, A. (2021). Kajian Literatur: Hubungan Tingkat Pengetahuan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dengan Kejadian Kecelakaan Kerja. *CoMPHI Journal: Community Medicine and Public Health of Indonesia Journal*, 1(3), 185–193.
- Indonesia, P. (2012). *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA*.
- Isniyunisyafna, & S, I. D. S. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS KARYAWAN PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE (STUDI DESKRIPTIF PADA PRU ETERNITY KOTA CILEGON). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pengembangan Daerah*, 7(1).
- Johnson, J., & Gleanny, L. (2020). *Strategic Communication: Public Relations at Work*. Routledge.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Prenamedia grup.
- Kurniasih. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI INTERNAL DAN KOMUNIKASI EKSTERNAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *Journal of Management Review*, 5(1), 633. <https://doi.org/10.25157/mr.v5i1.5176>
- Maulana, R., & Pramusinto, H. (2020). Strategi Humas Dalam Menjalin Good Relationship dengan DU/DI Sejarah Artikel. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37167>
- Muslimah, T. (2023). Strategi Komunikasi Lintas Budaya Konsultan Public Relations Perusahaan Minyak Dan Gas Bumi Dalam Menghadapi Perbedaan Budaya Pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 8(1), 68–83. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana><https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana>
- PT Pelindo TPK. (2023). *Operator Terminal Berkelas Dunia*. <https://www.pelindotpk.co.id/id>
- Ramadhan, A., Alhafidh, M. A., & Firmansyah, M. D. (2022). Penyebaran Link Phising Kuota Kemendikbud Terhadap Kesadaran Informasi Pribadi Di Kalangan Mahasiswa UNINUS. *KAMPRET Journal*, 1(2), 11–16.
- Sa'adah, M., Tri Rahmayati, G., & Catur Prasetyo, Y. (2022). STRATEGI DALAM MENJAGA KEABSAHAN DATA PADA PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54–64.
- Saleh, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (Upu Hamzah, Ed.). Penerbit Pustaka Ramadha .
- Sitorus, R. M. T. (2020). *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja* (I. Silviani, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Slowikowski, S., Tootell, H., Burns, P., & Ellmers, G. (2021). The Value of the PESO Framework in Strategic Communications for Community Non-Profit Organisations. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 23, 1–16. <https://www.researchgate.net/publication/357924697>
- Smith, R. D. (2020). *Strategic Planning for Public Relations: 6th Edition* (6th ed.). Taylor and Francis. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003024071>
- Suartana, P., Mandagi, R. J. M., & Wilar, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Perilaku Pekerja dan Kecelakaan Kerja Pada Proyek di DS LNG Kabupaten Banggai Propinsi Sulawesi Tengah. *REKONSTRUKSI TADULAKO*, 2(1), 15–22. <https://new.jurnal.untad.ac.id/index.php/renstra>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method* (2nd ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Suhanda, R. D. P., & Pratami, D. (2021). RACI Matrix Design for Managing Stakeholders in Project Case Study of PT. XYZ. *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 5(2), 122–133. <https://ijies.sie.telkomuniversity.ac.id/index.php/IJIES/index>

- Syahrani, M. (2023, February 21). *Jumlah Kecelakaan Kerja Indonesia dalam 8 Tahun Terakhir*. Goodstats.
- Teguh, M., & Wijaya, A. (2020). Peranan Komunikasi ada Proses Suksesi Di Perusahaan Keluarga Studi Pada PT. Catur Putra Harmonis. *Commiverse*, 5(2), 81–94.
- Umaroh, S. (2020). INFERIORITAS DAN SUPERIORITAS TOKOH AINI DALAM NOVEL ORANG-ORANG BIASA KARYA ANDREA HIRATA (KAJIAN PSIKOLOGI INDIVIDUAL ADLERIAN). *BAPALA.*, 10(1), 1–11.
- Wardhani, D., Handayani, F., & Fahrezi, M. S. (2022). Komunikasi Organisasi Internal kepada Pegawai Milenial untuk Membentuk Komitmen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 203. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.4995>
- Yolanda, V., & Paramita, S. (2024). Gaya Komunikasi Lintas Generasi Pemimpin Kepada Karyawan Senior. *Kiwari* , 3(1), 167–171.