

Employee Communication Analysis at PT Telkom Sumedang

Firyal Rohadatul Aisy¹, Aa Kartiwa², M. Irfan Nur'arif³

^{1,2,3}Universitas Sebelas April, Sumedang

firyalra.manajemend@gmail.com, aa@stiel1april-sumedang.ac.id, irfan030319@gmail.com

Article Info

Keywords:

Employee Work
Communication
Qualitative Research

ABSTRACT

In this study, the focus of research is Employee Work Communication at PT Telkom Kandatel Sumedang. The purpose of this study is to find out how work communication is at Telkom Sumedang and to find out how to improve employee work communication at Telkom Sumedang. The research method used is a qualitative research method, using a sampling technique in the form of purposive sampling. Data collection techniques were carried out by interview, observation, documentation and triangulation. To obtain information, the researchers determined three informants, including the head or head of Telkom Sumedang, sales promotions and technicians. Based on the results of this study that employee work communication at PT Telkom Sumedang is optimal but not evenly distributed. It can be seen from the readiness and alertness of each employee in carrying out their duties. Efforts to overcome so that communication is evenly distributed, leaders must communicate more directly (face to face) with employees personally, motivate and evaluate employee performance. With the habit of communicating directly with the leadership, employees will be optimal in carrying out their work and improve the quality of communication to provide written and oral messages. Employees must also be more thorough and follow the applicable procedures.



Copyright © 2022 Journal of Bussines Management Basic. All rights reserved.

Corresponding Author:

Firyal Rohadatul Aisy,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: firyalra.manajemend@gmail.com

1. INTRODUCTION

Telekomunikasi adalah pertukaran informasi dalam bentuk suara, teks, gambar, data, audio, dan video melalui jaringan berbasis komputer yaitu kawat, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya. Telekomunikasi sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari dunia modern. Telekomunikasi dibutuhkan manusia untuk menyampaikan dan menerima pesan dalam jarak jauh. Arus informasi akan menjadi lebih cepat sampai kepada sasarannya. Telekomunikasi yang baik dan merata juga dapat dijadikan penggerak untuk kegiatan yang lebih produktif, seperti membuka peluang bisnis, membantu kegiatan pendidikan, transportasi, dan sebagainya. Tren utama yang terjadi di bidang telekomunikasi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan manajemen salah satunya adalah Manajemen Sumber Daya Manusia.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Hasibuan,2020:10). Manajemen Sumber Daya Manusia yang menitikberatkan pada basis kinerja karyawan tentunya dapat membantu organisasi dalam menciptakan berbagai tujuan yang telah direncanakan. Pola ini tentunya harus didukung dari bagaimana mendapatkan dan menciptakan karyawan yang memiliki kompetensi dalam bidang pekerjaannya. Untuk itu, pola rekrutmen, seleksi, penempatan, motivasi, penilaian, pengembangan, komunikasi, pemanfaatan dan keseluruhan akomodasi karyawan harus dimanfaatkan secara optimal dalam kerangka kerja yang efektif dan efisien. Semua perusahaan pasti ingin menjadikan perusahaan terbaik dan berhasil dalam mengatur Manajemen Sumber Daya Manusia nya. Manajemen Sumber Daya

Manusia merupakan aset penting di dalam perusahaan. Demikian dengan PT Telkom atau yang disebut dengan PT Telekomunikasi Indonesia Persero, Tbk. adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi, komunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT Telkom mengeluarkan salah satu produk layanan yaitu Indonesia Digital Home (INDIHOME) berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*internet on Fiber atau High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (*Usee TV Cable, Ip TV*). Indihome resmi diluncurkan pada tahun 2015. PT Telkom ini memiliki banyak cabang di berbagai wilayah Indonesia yaitu salah satunya berada di wilayah Sumedang.

Di dalam satu perusahaan atau instansi, salah satu fungsi inti dari keberhasilan kebersamaannya adalah komunikasi. Peran Komunikasi dalam perusahaan dapat menciptakan hubungan kerja yang kondusif dalam rangka pencapaian tujuan. Melalui komunikasi, dapat memberikan keterangan tentang pekerjaan yang membuat karyawan dapat bertindak dengan rasa tanggung jawab pada diri sendiri dan pada waktu bersamaan dapat mengembangkan semangat kerja organisasi (Wursanto 1992:60). Melalui komunikasi kerja, pesan dan tugas yang diberikan dalam organisasi harus sesuai agar makna tersampaikan dengan jelas. Para karyawan harus memiliki komunikasi dan tanggung jawab yang baik agar tercapainya produktivitas yang tinggi. Komunikasi diperlukan untuk pencapaian tujuan organisasi. Pencapaian tujuan organisasi dalam berkomunikasi memerlukan kerjasama yang baik antar komponen didalamnya. Kerja sama dalam komunikasi terbentuk karena adanya dorongan tentang apa yang akan dicapai. Untuk itu diperlukan sekali adanya komunikasi yang baik antar organisasi.

Akan tetapi tidak semua karyawan berkomunikasi dengan baik, ada beberapa hambatan yang mempengaruhi komunikasi dalam bekerja. Hambatan atau gangguan selalu ada di dalam komunikasi beserta pesan yang diterima oleh komunikasi. Hambatan komunikasi dapat terjadi karena beberapa faktor diantaranya adanya kesalahpahaman komunikasi, gangguan dari luar atau bahkan dari dalam diri sendiri dan penerima yang sedang melakukan proses komunikasinya tersebut seperti prasangka dan kepentingan pribadi. Dalam mengirim atau menerima pesan, salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi setiap karyawan adalah dari gaya bahasa. Gaya bahasa yang baik dalam pemilihan kata-kata (diksi) akan lebih mudah dalam menyampaikan pesan kepada penerimanya. Seperti data dibawah ini, gaya bahasa akan mempengaruhi komunikasi itu sendiri apakah bisa diterima dan apakah ada timbal balik dari pesan tersebut. Gaya bahasa seseorang dapat dilihat melalui tingkat pendidikan. Data Tingkat Pendidikan Karyawan sebagai berikut :

Tabel 1. Data Tingkat Pendidikan Karyawan PT Telkom Sumedang

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	SMA	143
2	D2	-
3	D3	-
4	S1	15
5	S2	-
	Total	162

Berdasarkan hasil observasi awal yang dikatakan oleh bapak pimpinan di Telkom Sumedang yaitu bapak Atep Kusnadi telah memberikan keterangan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh karyawan di Telkom Sumedang berkaitan dengan komunikasi adalah *slow respon* dari beberapa karyawan di bidang divisi teknisi dan sales promosi dalam menerima pesan dari atasan. Yang pada akhirnya dapat menghambat kinerja sehingga membuat orderan yang diajukan tidak cepat diproses dan tidak mencapai tujuan kerja. Dari permasalahan tersebut dapat dilihat bahwa beberapa karyawan pada PT Telkom Sumedang memiliki permasalahan dalam penyampaian komunikasi yang kurang efektif dan efisien sehingga mempengaruhi kerja karyawan.

2. LITERATURE STUDY

Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi. (menurut Cherry dalam Stuart, dalam buku Changara 2018: 26). Komunikasi adalah proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya (memberi pendapat/kesan) sesuai dengan tujuan yang

dimaksud. Sikap *sender* sangat berpengaruh pada *receiver*. *Sender* yang bersikap angkuh terhadap *receiver* dapat mengakibatkan informasi atau pesan yang diberikan menjadi ditolak oleh *receiver*. Begitu pula sikap *sender* yang ragu-ragu dapat mengakibatkan *receiver* menjadi tidak percaya terhadap informasi atau pesan yang disampaikan. Maka dari itu, *sender* harus mampu bersikap meyakinkan *receiver* terhadap pesan yang diberikan kepadanya. Pengetahuan *Sender* yang mempunyai pengetahuan luas dan menguasai materi yang disampaikan akan dapat menginformasikannya kepada *receiver* se jelas mungkin. Dengan demikian, *receiver* akan lebih mudah mengerti pesan yang disampaikan oleh *sender*. Media saluran yang digunakan oleh *Sender* Media atau saluran komunikasi sangat membantu dalam penyampaian ide, informasi atau pesan kepada *receiver*, *sender* perlu menggunakan media saluran komunikasi yang sesuai dan menarik

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi

Menurut Mangkunegara (2020:148) Ada dua tinjauan faktor yang mempengaruhi komunikasi, yaitu faktor dari pihak *sender* (pengirim) atau disebut pula komunikator, dan faktor dari pihak *receiver* (penerima) atau komunikan.

a. Faktor dari pihak *sender* atau komunikator, yaitu keterampilan, sikap, pengetahuan *sender*, media saluran yang digunakan.

1) Keterampilan *Sender*, *sender* sebagai pengirim informasi, ide, berita, pesan perlu menguasai cara-cara penyampaian pikiran baik secara tertulis maupun lisan.

2) Sikap *Sender*

b. Faktor dari pihak *receiver*, yaitu keterampilan *receiver*, sikap *receiver*, pengetahuan *receiver*, dan media saluran komunikasi.

1) Keterampilan *Receiver*, keterampilan *receiver* dalam mendengar dan membaca pesan sangat penting, pesan yang diberikan oleh *sender* akan dapat dimengerti dengan baik, jika *receiver* mempunyai keterampilan mendengar dan membaca.

2) Sikap *Receiver*, sikap *receiver* terhadap *sender* sangat mempengaruhi efektif tidaknya komunikasi.

Misalnya, *receiver* bersikap apriori, meremehkan, tidak efektif, dan pesan menjadi tidak berarti bagi *receiver*. Maka dari itu *receiver* haruslah bersikap

1) positif terhadap *sender*, sekalipun pendidikan *sender* lebih rendah dibandingkan dengannya.

2) Pengetahuan *Receiver*, sangat berpengaruh pula dalam komunikasi. *Receiver* yang mempunyai pengetahuan yang luas akan lebih mudah dalam menginterpretasikan ide atau pesan yang diterimanya dari *sender* Jika pengetahuan *receiver* kurang luas sangat memungkinkan pesan yang diterimanya menjadi kurang jelas atau kurang dapat dimengerti oleh *receiver*

3) Media Saluran Komunikasi, media saluran komunikasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam penerimaan ide atau pesan. Media saluran komunikasi berupa alat indera yang ada pada *receiver* sangat menentukan apakah pesan dapat diterima atau tidak untuknya. Jika alat indera *receiver*.

Dimensi dan Indikator Komunikasi

Menurut Muhammad Arni (2018:107) ada beberapa bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti dimensi komunikasi yaitu :

1. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan- pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum. (Muhammad Arni, 2018:110) Arus komunikasi daripada atasan kepada bawahan tidaklah selalu berjalan lancar, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain sebagai berikut :

a. Keterbukaan

Menurut Pearson dan Morton dalam artikel dosen PPKN (2020) keterbukaan adalah sebagai tindakan seseorang dalam memberikan informasi yang bersifat pribadi pada orang lain secara sukarela dan disengaja untuk maksud memberi informasi yang akurat tentang dirinya.

Kurangnya sifat terbuka di antara pimpinan dan karyawan akan menyebabkan pemblokatan atau tidak mau menyampaikan pesan dan gangguan dalam pesan. Umumnya para pimpinan tidak begitu memperhatikan arus

komunikasi ke bawah. Pimpinan mau memberikan informasi ke bawah bila mereka merasa bahwa pesan itu penting bagi penyelesaian tugas.

b. Kepercayaan pada pesan tulisan

Menurut Morgan dan Hunt dalam artikel Guru Ekonomi (2020) Kepercayaan yakni salah satu pihak memiliki keyakinan terhadap pihak lain yang masih terlibat dalam pertukaran dengan memiliki reliabilitas dan integritas. Kebanyakan para pimpinan lebih percaya pada pesan tulisan dan metode difusi yang menggunakan alat-alat elektronik daripada pesan yang disampaikan secara lisan dengan tatap muka. Hal ini menjadikan pimpinan lebih banyak menyampaikan pesan secara tertulis berupa buletin, manual yang mahal-mahal, buklet, dan film sebagai pengganti kontak personal secara tatap muka antara atasan dan bawahan. Hasil penelitian Dalhle (1981) menunjukkan bahwa pesan itu akan lebih efektif bila dikirimkan dalam bentuk lisan dan tulisan. Jadi bukan hanya dalam bentuk tertulis saja. Komunikasi tatap muka lebih disenangi oleh karyawan daripada media cetak. Meskipun hasil penelitian memperlihatkan hasil yang agak bertentangan dengan kepercayaan pimpinan tersebut namun kepercayaan tersebut masih ada.

c. Pesan yang berlebihan

Menurut Cangara (2019) Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Karena banyaknya pesan-pesan dikirimkan secara tertulis maka karyawan dibebani dengan memo-memo, buletin, surat-surat pengumuman, majalah dan pernyataan kebijaksanaan, sehingga banyak sekali pesan-pesan yang harus dibaca oleh karyawan. Reaksi karyawan terhadap pesan tersebut biasanya cenderung untuk tidak membacanya. Banyak karyawan hanya membaca pesan-pesan tertentu yang dianggap penting bagi dirinya dan yang lain dibiarkan saja tidak dibaca.

d. Timing

Timing atau ketepatan waktu pengiriman pesan mempengaruhi komunikasi ke bawah. Pimpinan hendaklah mempertimbangkan saat yang tepat bagi pengiriman pesan dan dampak yang potensial kepada tingkah laku karyawan. Pesan seharusnya dikirimkan ke bawah pada saat saling menguntungkan kepada kedua belah pihak yaitu pimpinan dan karyawan. Tetapi bila pesan yang dikirimkan tersebut tidak pada saat dibutuhkan oleh karyawan maka mungkin akan mempengaruhi efektivitasnya.

e. Penyaringan

Filter atau penyaringan adalah kerangka pikir melalui mana audience menerima pesan. Pesan-pesan yang dikirimkan kepada bawahan tidaklah semuanya diterima mereka. Tetapi mereka saring mana yang mereka perlukan. Penyaringan pesan ini dapat disebabkan oleh bermacam-macam faktor di antaranya perbedaan persepsi di antara karyawan, jumlah mata rantai dalam jaringan komunikasi dan perasaan kurang percaya kepada supervisor.

2. Komunikasi Ke Atas

Yang dimaksud dengan komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Menurut Smith (Goldhaber, 1986) dalam buku Dr. Arni Muhammad (2018:117) komunikasi ke atas berfungsi sebagai balikan bagi pimpinan memberikan petunjuk tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan kepada bawahan dan dapat memberikan stimulus kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijaksanaan bagi departemennya atau organisasinya. Di samping sulitnya mendapatkan komunikasi ke atas, komunikasi yang disampaikan itupun belum tentu efektif, karena dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Di antara faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

a. Tepat Waktu

Menurut Widyastuti dalam artikel M.Prawiro (2018) manajemen waktu adalah kemampuan untuk memprioritaskan, menjadwalkan dan melaksanakan tanggung jawab individu demi kepuasan individu tersebut. Komunikasi ke atas lebih mungkin digunakan oleh pembuat keputusan pengelolaan, apabila pesan itu disampaikan tepat pada waktunya. Pembuatan keputusan bukanlah aktivitas yang terus-menerus. Oleh karena itu ketetapan data yang sampai pada saat pembuatan keputusan lebih mungkin akan digunakan daripada data yang terlambat. Maka dari itu, karyawan harus bisa mengatur waktu dengan baik.

b. Bersifat Positif

Menurut Arifin (2019:18) berpikir positif adalah aktivitas berpikir yang kita lakukan dengan tujuan untuk membangun dan membangkitkan aspek positif pada diri kita, baik itu yang berupa potensi, semangat, tekad maupun keyakinan diri kita. Komunikasi ke atas yang bersifat positif, lebih mungkin digunakan oleh pembuat keputusan mengenai pengelolaan daripada komunikasi yang bersifat negatif. Oleh karena itu ada kecenderungan yang konsisten dari manajer tingkat menengah untuk meneruskan penyampaian komunikasi ke atas yang bersifat positif dan mengabaikan atau menekan informasi yang bersifat negatif.

c. Mendukung kebijaksanaan yang baru

Komunikasi ke atas lebih mungkin diterima, jika pesan itu mendukung kebijaksanaan yang baru. Kebijakan adalah kemampuan untuk memilih dan memutuskan cara yang tepat untuk mendapatkan hasil akhir yang terbaik sesuai tujuan.

d. Langsung kepada yang bersangkutan

Komunikasi ke atas mungkin akan lebih efektif, jika komunikasi itu langsung kepada penerima yang dapat berbuat mengenai hal itu. Komunikasi langsung dapat disebut juga sebagai komunikasi secara tatap muka atau komunikasi antarpribadi. Menurut Changara (2005) dalam Wikipedia menyatakan bahwa komunikasi interpersonal sangat penting untuk meningkatkan hubungan antar individu, menghindari dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian, berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain, mengendalikan perilaku, memberi motivasi, sebagai pernyataan emosi, dan memberikan suatu informasi.

e. Memiliki daya tarik secara intuitif

Menurut Usodo dalam jurnal review pembelajaran Matematika (2016:46) berpikir intuitif sangat berperan penting dalam menentukan strategi pemecahan, karena intuisi karyawan akan mempunyai gagasan kreatif dalam memecahkan masalah. Komunikasi ke atas akan lebih efektif, apabila komunikasi itu mempunyai daya tarik secara intuitif bagi penerima. Pesan dari bawahan lebih siap diterima jika mereka setuju.

3. METHOD

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif atau sering disebut metode naturalistik, karena penilaiannya digunakan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2020:9) Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti mengambil sejumlah 3 orang berdasarkan pertimbangan bahwa yang bersangkutan berkompeten dan bertanggungjawab mengenai komunikasi yang terdapat di Telkom Sumedang secara keseluruhan maupun sebagian tergantung tingkat wewenang serta tanggung jawabnya.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi fakta-fakta atau informasi tentang komunikasi kerja di PT Telkom Sumedang. Oleh karena itu, diperlukan rincian data yang penulis kumpulkan bersumber dari dua data, yaitu data primer, yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:225). Teknik pengumpulan data primer terdiri dari *field research*, yaitu mengadakan penelitian langsung untuk mendapatkan data. Dan data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019:225). Teknik pengumpulan data sekunder melalui study kepustakaan (*library research*) yaitu memperoleh data secara langsung berupa jurnal-jurnal dari penelitian terdahulu, referensi buku, dan juga data/dokumen dari PT Telkom Sumedang. Adapun cara pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik penulisan lapangan yang dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut (Sugiyono 2019:225) yaitu observasi, wawancara, dokumen dan triangulasi. Teknik observasi yang dilakukan adalah observasi langsung yaitu peneliti mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung ditempat yang menjadi objek penelitian.

4. RESULT AND DISCUSSION

Telkom adalah PT Telekomunikasi (Persero), Tbk yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (perum) Telekomunikasi menjadi perusahaan perseroan. PT Telkom atau yang disebut dengan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri sejak tahun 1965. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi, komunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT Telkom memiliki banyak anak perusahaan di berbagai wilayah Indonesia yaitu salah satunya berada di wilayah Sumedang yang beralamat di Jl. Prabu Geusan Ulun No. 45, Kotakulon, Kec. Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45311. Telkom Indonesia mempunyai filosofi korporasi "*Always The Best*". Sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya menjadi yang terbaik. Dengan keyakinan tersebut, Telkom Indonesia terus berupaya memberikan yang terbaik untuk tercapainya benefit terbaik bagi perusahaan, terealisasinya pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggan, dan memberikan kontribusi terbaik bagi kemajuan Bangsa Indonesia. Pada tahun 2015, PT Telkom mengeluarkan salah satu produk layanan yaitu Indonesia Digital Home (INDIHOME) berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*internet on Fiber atau High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (*Usee TV Cable, Ip TV*). Karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHome sebagai tiga layanan dalam satu paket (*3-in-1*) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. IndiHome juga merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom, Indonesia Digital Network 2015. Dalam penyelenggaraannya, Telkom menggandeng sejumlah pengembang teknologi telekomunikasi untuk membangun rumah berkonsep digital. Saat ini Indihome menyediakan beberapa paket layanan antara lain paket Single Play, Dual Play dan Triple Play.

- Single Play menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan Internet dengan atau tanpa telepon rumah.
- Dual play menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan internet dan telepon rumah.
- Triple Play menyediakan koneksi Fiber Optik dengan layanan internet, telepon rumah, dan IPTV UseeTV.

Adapun Visi, Misi, nilai-nilai, tujuan dan struktur organisasi dari PT Telkom Sumedang sebagai berikut :
Visi, Menjadi digital telekomunikasi pilihan utama untuk memajukan masyarakat

Misi,

- Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

Dalam rangka meningkatkan daya saing BUMN menjadi pemain global dan menjadikan BUMN sebagai pabrik talenta, maka diperlukan satu *core values* (nilai inti) yang sama untuk seluruh BUMN. *Core Values* dari PT Telkom ini adalah "AKHLAK" yaitu sebagai berikut :

- 1) Amanah, Kami memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- 2) Kompeten, Kami terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- 3) Harmonis, Kami saling peduli dan menghargai perbedaan.
- 4) Loyal, Kami berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- 5) Adaptif, Kami terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- 6) Kolaboratif, Kami membangun kerja sama yang sinergis.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan tentang komunikasi kerja di PT Telkom Sumedang, berikut adalah hasil penelitian komunikasi kerja karyawan pada PT Telkom Sumedang.

- a. Keterbukaan dalam PT Telkom sudah terealisasikan dengan optimal yaitu melalui lisan maupun tatap muka, namun belum merata, terlihat dari perbedaan kepribadian dalam melaksanakan tupoksi masing-masing dan hasil kerja yang dihasilkan.
- b. Kepercayaan pesan pada tulisan Pesan yang disampaikan sudah akurat, karena kewajiban tupoksi masing-masing sejauh ini sudah sesuai dengan menggunakan dokumen, gambar, dan google *camera*.
- c. Pesan yang berlebihan tidak adanya pesan berlebihan pada PT Telkom karena sudah sesuai tupoksinya masing-masing.

- d. Timing Karyawan pada PT Telkom dalam memberikan maupun menerima informasi sangat sigap, dan tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan cara *stand by handphome* bilamana menerima informasi dan langsung disampaikan kepada yang bersangkutan.
- e. Penyaringan Bentuk penyaringan yang diberikan sudah sesuai tupoksinya masing-masing dan dilakukan secara optimal.
- f. Tepat waktu Dalam ketepatan waktu, karyawan belum tepat dalam memberikan konfirmasi kepada pelanggan maupun pimpinan, karena terbukti dengan adanya calon pelanggan yang sudah daftar kembali lagi ke kantor untuk mengkonfirmasi kapan untuk segera dipasang.
- g. Bersifat positif Komunikasi yang dilakukan oleh PT telkom sudah baik, akurat dan dapat dipercaya.
- h. Mendukung kebijaksanaan yang baru Semua karyawan sangat metaati kebijaksanaan yang baru dan menjalankan aturan maupun kebijakan yang berlaku.
- i. Langsung kepada yang bersangkutan
- j. Karyawan sudah melakukan komunikasi langsung kepada yang bersangkutan melalui *handphone* ataupun langsung menghadap secara tatap muka ketika ada permasalahan tentang pekerjaan.
- k. Memiliki daya tarik secara intuitif, karyawan PT Telkom sudah melakukan berfikir secara intuitif dengan mengkonfirmasi secara jelas kepada pimpinan. Tidak hanya itu, untuk memiliki daya tarik intuitif dapat dilakukan *sharing* kepada kerabat yang dipercayakan. Agar jauh dari kesalah pahaman, bila ada pernyataan yang kurang benar yang diperoleh dari berfikir intuitif maka akan diberi saran.

5. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan pada Bab IV (Empat) mengenai Komunikasi Kerja Karyawan pada PT Telkom di Kabupaten Sumedang, selanjutnya penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa komunikasi kerja karyawan pada PT Telkom Sumedang sudah optimal, namun masih belum merata dalam keterbukaannya, karena terlihat dari kepribadian, daya tangkap, dan kinerja dari masing-masing karyawan. Adapun terdapat kendala dilapangan yang dialami karyawan dalam komunikasi seperti lupa mengecas, tidak ada sinyal dan kehabisan jatah alat yang mengakibatkan pemasangan menjadi tidak terselesaikan. Karyawan yang sigap akan lebih sering berkomunikasi dengan baik dan lancar dengan pimpinannya. Sedangkan karyawan yang kurang sigap dalam melaksanakan, memecahkan masalah, dan menjalankan pekerjaan akan menghasilkan komunikasi yang tidak optimal. Maka dalam menjalankan produktivitas pun akan terhambat.
2. Upaya untuk mengatasi supaya komunikasi merata, pimpinan harus lebih banyak berkomunikasi langsung (*face to face*) dengan karyawan secara personal dan memotivasi karyawan. Dengan terbiasanya berkomunikasi langsung dengan pimpinan, maka karyawan akan optimal dalam melaksanakan pekerjaannya dan meningkatnya keterbukaan untuk memberikan pesan tulisan maupun lisan. Karyawan harus lebih sigap dan cepat untuk mengkonfirmasi kepada atasan dan para pelanggan bagaimana pun kondisi dan kendala yang ada di lapangan. Karyawan juga diusahakan harus menjadi karyawan yang teliti dan mengikuti SOP yang berlaku dalam memberikan pesan maupun menerima pesan agar meminimalisir kendala yang dihadapi supaya terhindar dari penilaian *slow respon*.

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran-saran kepada pihak perusahaan dan instansi sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan PT Telkom Sumedang Diharapkan agar kedepannya PT Telkom Sumedang lebih banyak mengevaluasi, dan memotivasi karyawan, agar keterbukaan dalam komunikasi lebih meningkat. Serta diharapkan PT Telkom ini lebih mengutamakan *sharing* dan lebih teliti dalam mengkonfirmasi apapun yang terjadi dilapangan agar proses pekerjaan lebih cepat dan terselesaikan tepat waktu.
2. Bagi Peneliti diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di dalam manajemen perusahaan, khususnya dalam bidang Komunikasi.

REFERENCE

- Changara. 2019. Pengantar Ilmu Komunikasi. Depok : Rajawali Pers
- Edison Dr Emron., Dr Yohny Anwar., Dr Imas Komariyah 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta
- Hasibuan. 2020. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksara
- Mangkunegara. 2020. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : Remaja Roskadarya

- Muhammad Arni. 2018. Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara
- Nurudin. 2017. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Rajawali Pers
- Sedarmayanti. 2017. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung : Refika Aditama
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Asmi, Mirza Akbar. 2015. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. Universitas Brawijaya Malang.
- Fasiha, Firqoh Ohoirenan. 2017. Komunikasi Interpersonal Dalam Mahasiswa Difabel. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Imam Sobirin. 2019. Komunikasi Karyawan pada Klinik Asa Medika Wado Sumedang. Universitas Sebelas April Sumedang.
- Jusmawati. 2017. Pola Komunikasi Jarak Jauh Antara Orang Tua dan Anak. Universitas Islam Negeri Makasar.
- Ragil, Dymas Wira Kusuma. 2018. Peranan Komunikasi Vertikal Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan. Universitas Yogyakarta.
- https://telkom.co.id/sites/about_telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat [diakses pada tanggal 4 April 2021, 18:32:19 WIB]
- <https://jihadyakhir.wordpress.com/2017/10/04/profil-perusahaan-pt-telkom-indonesia-indihome/amp/> [diakses pada tanggal 4 April 2021, 19:25:21 WIB].
- https://www.google.co.id/amp/s/www.kompasiana.com/amp/mihrunkamalina720_0/5bc5cc38c112fe41760f4196/peran-infrastruktur-telekomunikasi-dalam-komunikasi-global [diakses pada tanggal 4 April 2021, 22:02:01 WIB]
- <http://adesuherman.blogspot.com/2011/03/komunikasi-kerja.html?m=1> [diakses pada tanggal 6 April 2021, 21:37:15 WIB].
- <https://dosenppkn.com/keterbukaan/> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 17:21:09 WIB].
- <http://sitiannisanahrawi.blogspot.com/2013/11/kepercayaan.html?m=1> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 18:32:27 WIB].
- <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-kepercayaan/> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 21:45:22 WIB].
- https://www.google.co.id/amp/s/pakarkomu_nikasi.com/teori-pesan-dalam-ilmu-komunikasi/amp [diakses pada tanggal 15 April 2021, 21:59:17 WIB].
- <https://www.kajianpustaka.com/2019/02/manajemen-waktu.html?m=1> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 19:01:01 WIB].
- <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-waktu/> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 19:34:24 WIB]
- <http://pengertianaja.blogspot.com/2018/02/pengertian-waktu-menurut-para-ahli.html?m=1> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 19:52:07 WIB].
- <https://2frameit.blogspot.com/2011/11/pengertian-kebijaksanaan-menurut.html?m=1> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 19:57:25 WIB]
- <http://meyhidayati.blogspot.com/2011/09/kebijakan-kebijaksanaan-dan-keputusan.html?m=1> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 19:57:25 WIB]
- <https://jagad.id/pengertian-intuitif/> [diakses pada tanggal 15 April 2021, 20:14:WIB].
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_interpersonal [diakses pada tanggal 15 April 2021, 23:46:03 WIB].
- http://pttelkomindonesia1.blogspot.com/p/blog-page_3.html?m=1 [diakses pada tanggal 16 Juni 2021, 17:55:23 WIB].
- <https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repository.usm.ac.id> [diakses pada tanggal 16 Juni 2021, 18:02:17 WIB]