



Strategi Komunikasi Divisi *General Affair* PT The UNV Serang dalam Mengelola Hubungan Kerja dengan Tenaga *Outsourcing*

Ahmad Firmansyah^{1*}, Achmad Nashrudin Priatna², Noerma Kurnia Fajarwati³, April Laksana⁴, Putri Handayani⁵

¹⁻⁵ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email: a.firmansyahxtb1@gmail.com^{1*}, nashrudin.achmad@gmail.com², muma.kurnia@gmail.com³, aprilaksana8@gmail.com⁴, ph3162431@gmail.com⁵

Alamat: Jalan Raya Serang – Jakarta Km. 03 No. 1B Kota Serang – Provinsi Banten

*Penulis Korespondensi

Abstract. *This study aims to describe and analyze the communication strategy of the General Affairs (GA) Division of PT The UNV Serang in managing work relationships with outsourced workers from PT Tri Karya Cemerlang (TKC). Using a qualitative approach and in-depth interview methods, this study found that the GA Division implemented a structured and effective communication strategy, reflecting a deep understanding of Communication Strategy Theory, Organizational Communication, and Communication Management. The strategy involved thorough planning, flexible implementation, and continuous evaluation. The GA Division used various communication channels such as WhatsApp groups, weekly face-to-face meetings, and the use of visual media (photos/videos) to ensure clear and directed communication. This multi-channel approach facilitated timely and accurate information flow between departments and outsourced workers. Additionally, the GA Division positioned itself as a "communication bridge," centralizing coordination for all departments and ensuring smooth operational processes. The communication pattern employed was an effective combination of formal, hierarchical communication and informal, personal communication. This combination served to strengthen relationships, foster mutual understanding, and promote a collaborative work environment. The study highlights the importance of a strategic and adaptable communication framework that ensures seamless coordination, promotes positive work relationships, and contributes to organizational success. This research can serve as a reference for improving communication strategies in similar organizational settings.*

Keywords: *Communication Strategy; General Affairs Division; Outsourcing; WhatsApp Groups; Work Relationships.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi Divisi General Affairs (GA) PT The UNV Serang dalam mengelola hubungan kerja dengan pekerja alih daya dari PT Tri Karya Cemerlang (TKC). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam, penelitian ini menemukan bahwa Divisi GA menerapkan strategi komunikasi yang terstruktur dan efektif, yang mencerminkan pemahaman mendalam tentang Teori Strategi Komunikasi, Komunikasi Organisasi, dan Manajemen Komunikasi. Strategi ini melibatkan perencanaan yang matang, implementasi yang fleksibel, dan evaluasi berkelanjutan. Divisi GA menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti grup WhatsApp, pertemuan tatap muka mingguan, dan penggunaan media visual (foto/video) untuk memastikan komunikasi yang jelas dan terarah. Pendekatan multi-saluran ini memfasilitasi arus informasi yang tepat waktu dan akurat antara departemen dan pekerja alih daya. Selain itu, Divisi GA memposisikan diri sebagai "jembatan komunikasi", yang memusatkan koordinasi untuk semua departemen dan memastikan kelancaran proses operasional. Pola komunikasi yang digunakan merupakan kombinasi efektif antara komunikasi formal hierarkis dan komunikasi informal personal. Kombinasi ini berfungsi untuk memperkuat hubungan, menumbuhkan saling pengertian, dan mendorong lingkungan kerja yang kolaboratif. Studi ini menyoroti pentingnya kerangka kerja komunikasi yang strategis dan adaptif yang menjamin koordinasi yang lancar, mendorong hubungan kerja yang positif, dan berkontribusi pada kesuksesan organisasi. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk meningkatkan strategi komunikasi dalam lingkungan organisasi serupa.

Kata kunci: Divisi Urusan Umum; Grup WhatsApp; Hubungan Kerja; Outsourcing; Strategi Komunikasi.

1. LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan umumnya memiliki departemen *General Affair* (GA) dan menjadi pendukung atas aktivitas operasional perusahaan. Beberapa unit bidang pekerjaan di bawah *General Affair* umumnya adalah keamanan (*security*), kebersihan (*cleaning service*), pengemudi (*driver*), kurir (*messenger*), administrasi umum, *office boy*, receptionist, pengadaan barang (*purchasing*), pengelolaan parkir (*parking operation*), K3 (kesehatan dan keselamatan kerja) atau *healthy safety envirointment* (HSE). Masing-masing memiliki kebutuhan dan lingkup struktur sesuai dengan besarnya organisasi dan kebutuhan organisasi (Hambudi, 2015).

Dalam pengelolaan sumber daya, divisi *General Affair* memiliki peran yang krusial atau bisa dibilang sebagai jantung dari Perusahaan. PT The UNV Serang, sebagai Perusahaan yang bergerak di bidang *speciality tissue paper & converting* tentunya juga menyadari betul betapa pentingnya divisi *General Affair* bagi Perusahaan mereka. Salah satu tugas yang dilakukan oleh *General Affair* di PT The UNV Serang yaitu mengelola tenaga bantu atau *Housekeeping*. *Housekeeping* sendiri merupakan jasa atau profesi yang bergerak dalam bidang kebersihan dan kenyamanan suatu tempat (Afif et al., 2024). Disini *General Affair* mengelola jasa *Housekeeping* dengan menyewa tenaga *Outsourcing* yang berasal dari PT Tri Karya Cemerlang (TKC).

Kendala dalam berkoordinasi juga sering terjadi akibat kurangnya sumber daya manusia di bidang *Housekeeping* ini. Kendala koordnasi dalam berkomunikasi bagi divisi *General Affair* adalah disaat divisi lain meminta bantuan mereka dan juga berkoordinasi dengan orang lapangan. Dengan adanya kendala komunikasi inilah yang di khawatirkan terjadinya *miss* komunikasi antara divisi *General Affair* dengan divisi lainnya. Masalah selanjutnya yang dihadapi oleh divisi *General Affair* di PT The UNV Serang adalah mereka merasakan kurangnya inisiatif bagi pegawai atau pekerja yang berada di area produksi. Kurangnya inisiatif tersebut adalah seperti kebersihan mesin, tidak menaruh ATK pada tempatnya seperti menaruh ATK di atas mesin produksi, menaruh botol minum di sembarang tempat seperti diatas mesin dan produk jadi, dan tidak menaruh alat kerja pada tempatnya. Hal ini yang membuat divisi *General Affair* harus bisa berkoordinasi dengan divisi yang menaungi untuk memberikan teguran atau pemahaman kepada pegawai atau pekerja yang ada di area produksi. Terkadang, Divisi *General Affair* sendiri yang akan melakukan teguran kepada mereka disaat akan melakukan inspeksi atau *control* harian ataupun disaat melakukan inspeksi 6S.

Banyak cara yang dilakukan oleh divisi *General Affair* di PT. The UNV Serang untuk menerapkan komunikasi yang efektif dalam mengelola tenaga bantu *outsourcing* seperti melakukan komunikasi organisasi, Komunikasi organisasi pada dasarnya adalah interaksi yang dilakukan dalam lingkup oganisasi. Interaksi mencakup antar internal organisasi mengenai

segala sesuatu yang akan dilakukan dalam organisasi. Organisasi terdiri dari orang - orang yang tingkah lakunya tidak selalu dapat diselaraskan dan memiliki pemahaman yang berbeda dalam memandang sesuatu. Oleh karenanya perlu diusahakan agar setiap bagian yang ada di dalam organisasi saling memahami satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Azwina & Yusuf, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah adanya kendala dalam proses koordinasi dan komunikasi antara Divisi *General Affair* dengan tenaga bantu *outsourcing* yang menyebabkan kurangnya keselarasan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab. Selain itu, keterbatasan jumlah sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan juga menjadi hambatan dalam menjalankan fungsi operasional secara optimal, sehingga berdampak pada meningkatnya beban kerja tenaga *outsourcing*.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Onong Uchjana Effendy, 2004)

Outsourcing

Dalam dunia bisnis modern, sistem kerja *outsourcing*, juga dikenal sebagai kontrak, akan tetap populer dan akan terus berkembang. Untuk bertahan dalam persaingan bisnis, hal ini masuk akal. Kesepakatan tertulis atau lisan yang dibuat untuk mengikat hubungan antara pekerja dan pengusaha selama periode waktu tertentu disebut sistem kerja *outsourcing*. Sistem kontrak (*outsourcing*) diartikan sebagai pemindahan atau pendelegasian beberapa proses bisnis kepada suatu badan penyedia jasa, dimana badan penyedia jasa tersebut melakukan proses administrasi dan manajemen berdasarkan definisi serta kriteria yang telah disepakati oleh para pihak (Latupono, 2011).

Outsourcing dalam regulasi ketenagakerjaan biasa hanya mencakup tenaga kerja pada proses pendukung (*noncore business unit*). *Outsourcing* dalam hukum ketenagakerjaan di Indonesia diartikan sebagai pemborongan pekerjaan dan penyediaan jasa tenaga kerja yang diatur dalam Undang-Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 (Pasal 64, 65 dan 66) dan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia

Nomor:Kep.101/Men/VI/2004 Tahun 2004 Tentang Tata Cara Perjanjian Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/ Buruh dan Keputusan Menakertrans Nomor: 220/Men/X/2004 Tentang Syarat-syarat Penyerahan Sebagian Pelaksanaan Pekerjaan Kepada Perusahaan lain. mengingat pengaturan tentang *outsourcing* (Alih Daya) ini sendiri masih dianggap kurang lengkap, maka pemerintah mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2006 Tentang Paket Kebijakan Iklim Investasi. Dalam Inpres tersebut dinyatakan, bahwa *outsourcing* (alih daya) sebagai salah satu faktor yang harus diperhatikan dengan serius dalam menarik iklim investasi ke Indonesia. (Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2018).

Manajemen Komunikasi

Organisasi memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik itu politik, bisnis, layanan masyarakat, organisasi kemasyarakatan, pendidikan, dan berbagai jenis lainnya. Tujuan ini tercermin dalam semua aktivitas organisasi, dari hal-hal kecil yang mungkin dianggap kecil hingga keputusan penting yang sangat penting bagi operasi organisasi. Manajemen komunikasi secara umum dipahami sebagai proses mengoordinasikan interpretasi atau pengertian melalui interaksi antara manusia. Manajemen Komunikasi menurut Michael Kaye dalam buku Dewi K. Soedarsono adalah manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antar manusia (Wiranti Mustika Wardhani, 2014).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, yang merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metodologi yang menginvestigasi fenomena sosial dalam konteks manusia. Pendekatan ini menekankan pada konstruksi sosial dari realitas dan hubungan yang erat antara peneliti dan subjek yang diteliti (Sugiyono, 2013).

Fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh Divisi *General Affair* PT The UNV Serang dalam mengelola hubungan kerja dengan tenaga *outsourcing*, dengan merujuk pada teori komunikasi strategi, komunikasi organisasi dan manajemen komunikasi.

Penelitian fokus pada bagaimana Divisi *General Affair* merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi komunikasi mereka untuk membangun serta memelihara hubungan yang harmonis dan efektif dengan pekerja *outsourcing*. Aspek-aspek yang akan ditelaah meliputi bentuk komunikasi yang digunakan (verbal, non-verbal, formal, informal), saluran komunikasi, isi pesan, serta kendala dan solusi yang dihadapi. Subjek penelitian ini adalah Divisi *General*

Affair PT The UNV Serang sebagai pihak yang menerapkan strategi komunikasi, dan tenaga *outsourcing* yang bekerja di PT The UNV Serang sebagai pihak yang menjadi sasaran dari strategi komunikasi tersebut.

Metode pengumpulan data meliputi teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mengidentifikasi tiga aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Reduksi data melibatkan upaya memilih data inti, merangkum, dan mengekstraksi data yang paling penting atau relevan. Penyajian data dilakukan dengan menggunakan teks yang sederhana dan mudah dipahami. Verifikasi merupakan proses peneliti memastikan keabsahan data yang diterima dari lapangan, serta melakukan pengujian kebenaran dan pengecekan ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah terjadi (Sugiyono, 2007).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Divisi *General Affair* dalam Mengelola Hubungan Kerja dengan Tenaga *Outsourcing*

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Divisi *General Affair* merupakan sebuah sistem terpadu yang dirancang untuk memastikan operasional pabrik, khususnya dalam hal pemeliharaan dan kebersihan, dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Strategi ini bersifat proaktif dan terstruktur, tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, tetapi juga pada pencegahan miskomunikasi sejak awal. Tujuannya adalah untuk membangun kemitraan yang solid dan saling memahami antara Divisi *General Affair* dan tenaga alih daya, mengingat pentingnya peran mereka dalam menjaga lingkungan kerja yang kondusif. Strategi ini dapat diuraikan secara detail ke dalam beberapa elemen kunci yang saling mendukung.

Strategi komunikasi Divisi *General Affair* (GA) dapat dianalisis menggunakan empat tahapan fundamental yang lazim dalam teori strategi komunikasi, yaitu perencanaan, pelaksanaan, komunikasi, dan evaluasi. Kerangka ini ditemukan secara konsisten dalam penelitian terdahulu seperti yang dilakukan pada Dana Pensiun Telkom Bandung dan PT Pos Indonesia, yang juga menekankan pentingnya proses sistematis. (1) Perencanaan (*Planning*), Divisi *General Affair* telah melakukan perencanaan yang matang, yang terlihat dari tujuan komunikasi yang jelas dan terarah. Tujuannya tidak sekadar untuk memberikan perintah, tetapi untuk memposisikan diri sebagai jembatan komunikasi yang vital antara departemen-departemen internal dengan tenaga alih daya. Hal ini adalah langkah perencanaan strategis untuk memastikan semua permintaan terpusat dan dikelola secara efisien, sehingga mencegah kebingungan dan miskomunikasi. Perencanaan ini juga tercermin dari adanya jadwal *meeting*

rutin setiap hari Selasa, yang menunjukkan bahwa Divisi *General Affair* tidak hanya bereaksi terhadap masalah, tetapi secara proaktif merencanakan interaksi dan evaluasi. (2) Pelaksanaan (*Implementation*), Pelaksanaan strategi komunikasi Divisi GA terwujud melalui pemanfaatan beragam saluran komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan. Penggunaan *grup WhatsApp* untuk informasi umum dan *personal chat* untuk isu-isu mendesak menunjukkan bahwa mereka memahami urgensi dan efisiensi. Lebih dari itu, Divisi GA juga menerapkan taktik komunikasi yang sangat persuasif dan informatif, sejalan dengan temuan penelitian Dana Pensiun Telkom. Penggunaan dokumentasi visual berupa foto dan video. Taktik ini tidak hanya mempermudah pemahaman tetapi juga meminimalkan interpretasi ganda, sebuah praktik cerdas dalam pelaksanaan komunikasi. (3) Komunikasi (*Communication*), Divisi GA berhasil menjadi komunikator yang efektif. Pesan yang disampaikan bersifat lugas, jelas, dan informatif. Komunikasi yang terjalin tidak hanya satu arah dari atasan ke bawahan, melainkan juga memungkinkan umpan balik dari pihak *outsourcing*, terutama dalam *meeting* mingguan. Komunikasi dua arah ini menciptakan rasa saling memiliki dan kolaborasi. (4) Evaluasi (*Evaluation*), Aspek evaluasi menjadi tahapan yang tak terpisahkan dari strategi ini. Melalui *internal meeting* yang diadakan setiap hari Selasa, Divisi GA dan pihak *outsourcing* memiliki forum untuk meninjau kembali kinerja, mendiskusikan kendala, dan memberikan masukan. Evaluasi ini memastikan strategi komunikasi tetap relevan dan efektif dari waktu ke waktu, memungkinkan penyesuaian jika ada perubahan situasi atau masalah baru muncul.

Divisi GA secara proaktif menerapkan prinsip-prinsip Manajemen Komunikasi, di mana mereka mengelola semua aspek komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Divisi GA tidak hanya sekadar mengelola pekerjaan, tetapi juga berhasil mengelola hubungan kerja yang baik dan harmonis dengan tenaga alih daya. Hubungan ini sudah terjalin selama bertahun-tahun, yang menunjukkan keberhasilan dalam pengelolaan kemitraan. Hal ini sejalan dengan peranan *General Affair* di Hotel The Westlake Resort Yogyakarta, yang juga harus menjaga dan memelihara hubungan baik, baik internal maupun eksternal. Dengan memelihara hubungan baik, Divisi GA memastikan bahwa mereka memiliki mitra yang dapat diandalkan.

Divisi GA tidak hanya berkomunikasi saat ada instruksi, tetapi juga saat menghadapi kendala. Mereka memiliki mekanisme yang jelas untuk mengatasi miskomunikasi (dengan komunikasi tatap muka) dan kendala di lapangan (dengan berdiskusi mencari solusi). Kemampuan ini menunjukkan bahwa mereka memiliki keterampilan manajemen krisis kecil dan mampu menjaga kelancaran operasional meskipun ada hambatan, sesuai dengan prinsip manajemen komunikasi yang responsif.

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan, Divisi *General Affair* (GA) PT. The UNV Serang telah mengimplementasikan sebuah strategi komunikasi yang terstruktur dan komprehensif untuk mengelola hubungan kerja dengan tenaga alih daya (*outsourcing*). Strategi ini dirancang untuk memastikan operasional pabrik berjalan lancar dan efisien, serta membangun kemitraan yang solid. Dalam praktiknya, strategi ini tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, tetapi juga pada pencegahan miskomunikasi sejak awal. Inti dari strategi komunikasi ini adalah tujuan yang sangat jelas, yaitu memposisikan Divisi GA sebagai "jembatan" penghubung atau sentral koordinasi yang esensial antara berbagai departemen internal pabrik dengan tim alih daya. Hal ini penting karena departemen lain tidak memiliki jalur komunikasi langsung dengan tim *outsourcing*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Divisi *General Affair* (GA) PT The UNV Serang berhasil menerapkan strategi komunikasi yang sangat efektif dalam mengelola hubungan kerja dengan tenaga alih daya (*outsourcing*) dari PT Tri Karya Cemerlang (TKC). Strategi yang digunakan merupakan perpaduan antara komunikasi formal yang berjenjang dan komunikasi informal yang terjalin secara personal, yang pada akhirnya memperkuat hubungan kerja dan memperlancar koordinasi. Divisi GA berhasil memposisikan diri sebagai "jembatan komunikasi" yang vital antara seluruh departemen di perusahaan dan para tenaga *outsourcing*, memastikan setiap instruksi dan informasi tersampaikan dengan jelas. Pelaksanaan komunikasi ini dilakukan secara proaktif melalui berbagai saluran, seperti grup WhatsApp, pertemuan tatap muka mingguan, dan penggunaan media visual, yang disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan. Pendekatan proaktif ini juga mencakup mekanisme yang jelas untuk mengatasi berbagai kendala, seperti miskomunikasi atau keterbatasan logistik. Secara keseluruhan, strategi komunikasi ini terbukti berhasil menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, efisien, dan produktif, yang secara signifikan mendukung kelancaran operasional perusahaan.

Untuk mengatasi kendala yang sering dialami oleh tim *outsourcing*, disarankan Divisi GA dapat meningkatkan koordinasi dengan departemen pengadaan atau membuat sistem inventaris yang lebih baik. Tujuannya adalah untuk memastikan ketersediaan bahan atau alat untuk perbaikan dapat dipastikan sebelum instruksi pekerjaan diberikan, sehingga pekerjaan tidak terhambat dan dapat selesai tepat waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak diantaranya Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, Orang tua, keluarga dan para sahabat yang senantiasa memberikan dukungan.

DAFTAR REFERENSI

- Afif, M., Tinggi, S., Kertanegara, I. E., Sukariyono, D., & Rachman, A. (2024). Pengaruh disiplin kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT Taman Dayu Golf Club & Resort bagian housekeeping di Prigen Pasuruan. *Jurnal*, 7(1). <https://doi.org/10.47201/jamin.v7i1.215>
- Andhita, P. R., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). *Komunikasi visual* (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Asriadi. (2020). Komunikasi efektif dalam organisasi. *Retorika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/retorika>
<https://doi.org/10.47435/retorika.v2i1.358>
- Azwina, D., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Gapa Citramandiri, Radio Dalam, Jakarta Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11157>
- Effendy, O. U. (2004). *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. UNJ Press. <https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAQBAJ>
- Gustyan, R., Rachma Putri, Y., Salmiyah, D., & Ali, F. (2015). Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan divisi sekretaris perusahaan PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Jurnal*.
- Hambudi, T. (2015). *#1 Professional General Affair: Panduan bagian umum perusahaan modern*. VisiMedia.
- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Homepage, J., Prabhaputra, A. A., Nyoman, I., Budiarta, P., Putu, I., & Seputra, G. (2019). Sistem outsourcing dalam hubungan industrial di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*, 1(1), 22-27. <https://doi.org/10.22225/wedj.2.2.1297.44-50>
- Kartini, K., Pratama, A. A., Hasibuan, D. A., Nasution, K. R. S., Mujahid, N. S. A., Shila, N. F., & Hasibuan, Z. L. S. (2024). *Teori komunikasi organisasi*.
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi verbal dan nonverbal. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 83-98.
- Laksana, A., & Fajarwati, N. K. (2021). Strategi komunikasi organisasi Serikat Pekerja Nasional PT. Parkland World Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2). <https://doi.org/10.53363/bureau.v1i2.28>
- Latupono, B. (2011). Perlindungan hukum dan hak asasi manusia terhadap pekerja kontrak (outsourcing) di Kota Ambon. *Sasi*, 17(3), 59-69. <https://doi.org/10.47268/sasi.v17i3.366>
- Mahmud. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moss, S., & Tubbs, S. L. (2000). *Human communication: Prinsip-prinsip dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, R., & Ekawati, R. (2019). Usulan perbaikan menggunakan metode 6S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke, dan Safety) di CV Duta Dharma. *Journal of Industrial Services*, 4(2). <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i2.5144>
- Putri, G. S., Hartanto, B., & Husna, N. (2019). Analisa pengaruh perbedaan generasi terhadap pola komunikasi organisasi di perusahaan consumer goods di Kota Surabaya. *Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. <http://sosial.unmermadiun.ac.id/index.php/sosial>
<https://doi.org/10.33319/sos.v20i1.36>
- Rachmad Budiono, A. (1995). *Hukum perburuhan Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riinawati. (2021). *Pengantar teori manajemen komunikasi dan organisasi*.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, A. S., & Siska, E. S. P. (2024). *Manajemen sumber daya manusia*.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar teori & manajemen komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wardhani, W. M., & Al., E. (2014). Manajemen komunikasi grapevine PT. Jasa Raharja (Persero) cabang Jawa Barat. *Manajemen Komunikasi*.