

PERAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SDM MELALUI KEGIATAN PENJUALAN DAN BERBAGI TAKJIL RAMADHAN PADA MASYARAKAT TEMBILAHAN

Syafrinadina¹, Dharmasetiawan², Muhammad Fauzan³, Agus Maulana⁴, Helly Khairuddin⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen, Universitas Islam Indragiri, Indonesia

Email : syafrinadinamanajemenunisi@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the role of communication in improving the quality of human resources (HR) through the activities of selling and sharing takjil during Ramadan in the community of Tembilahan. In the context of selling takjil during Ramadan, effective communication plays a significant role in HR development and the success of these activities. This study employs a performance evaluation approach that involves observation, surveys, interviews, and document analysis. The results of the research show that good communication in the selling of takjil during Ramadan in the community of Tembilahan has a positive impact on the improvement of knowledge and skills, social awareness, solidarity, community engagement, and strong relationships between sellers, customers, and the community. Effective communication strategies include clear and informative messaging, appropriate communication media, community involvement, and building strong personal relationships.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan. Dalam konteks kegiatan penjualan takjil Ramadan, komunikasi yang efektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan SDM dan keberhasilan kegiatan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan evaluasi kinerja yang melibatkan metode observasi, survei, wawancara, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dalam kegiatan penjualan takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan berdampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kesadaran sosial, solidaritas, keterlibatan masyarakat, dan hubungan yang kuat antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat. Strategi komunikasi yang efektif mencakup penggunaan pesan yang jelas dan informatif, media komunikasi yang tepat, keterlibatan dalam komunitas dan kegiatan masyarakat, dan pembangunan hubungan personal yang kuat.

Article history:

Received 26 03, 2023

Revised 27 03, 2023

Accepted 31 03, 2023

Keywords:

*The role of communication, HR quality, sales of takjil
Ramadhan*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan. Ramadan adalah bulan yang penuh berkah dan kebaikan dalam agama Islam, di mana umat Muslim menjalankan ibadah puasa. Selama bulan ini, banyak kegiatan sosial dilakukan, termasuk penjualan dan berbagi takjil, yang merupakan makanan ringan untuk berbuka puasa.

Meningkatkan kualitas SDM merupakan aspek krusial dalam pembangunan suatu masyarakat. SDM yang berkualitas memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang baik, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam berbagai aspek kehidupan, seperti sosial, ekonomi, dan budaya. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas SDM di masyarakat Tembilahan. Dalam konteks kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan, komunikasi memiliki peran yang signifikan. Ramadan adalah momen sosial di mana masyarakat dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan luas. Kegiatan penjualan takjil memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial dan mempromosikan nilai-nilai sosial seperti kepedulian, solidaritas, dan kerjasama. Sementara itu, berbagi takjil dengan masyarakat secara luas membutuhkan komunikasi yang efektif dalam mendistribusikan dan menyampaikan informasi kepada orang-orang yang membutuhkan.

Komunikasi yang baik juga merupakan faktor penting dalam pengembangan SDM. Melalui komunikasi yang efektif, individu dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, dan ide-ide yang dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka. Dalam konteks kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan, komunikasi yang baik memungkinkan pelaku untuk memperoleh pengetahuan tentang makanan yang mereka jual, mengembangkan keterampilan pemasaran, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan masyarakat.

Dengan mempertimbangkan pentingnya komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kualitas SDM di masyarakat Tembilahan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran komunikasi dalam konteks ini, diharapkan dapat ditemukan strategi dan langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas SDM dan memberikan manfaat positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa masalah yang relevan terkait peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan. Rumusan masalah tersebut antara lain:

- a) Bagaimana efektivitas komunikasi dalam kegiatan penjualan takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan?
- b) Apa dampak komunikasi yang efektif terhadap peningkatan kualitas SDM dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan?
- c) Bagaimana strategi komunikasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas SDM dan keberhasilan kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dalam kegiatan penjualan takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan.
- b) Untuk mengidentifikasi dampak komunikasi yang efektif terhadap peningkatan kualitas SDM dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan.

- c) Untuk merancang strategi komunikasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas SDM dan keberhasilan kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan.

2. TELAAH PUSTAKA

Teori yang relevan untuk menjelaskan peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan adalah teori Komunikasi Organisasi dan teori Komunikasi Antarbudaya.

- a) Teori Komunikasi Organisasi: Teori Komunikasi Organisasi menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana komunikasi yang efektif mempengaruhi pengembangan SDM dalam konteks organisasi atau kegiatan bisnis. Dalam hal ini, penjualan dan kegiatan berbagi takjil dapat dilihat sebagai bagian dari kegiatan organisasi yang bertujuan meningkatkan kualitas SDM.

Menurut teori ini, komunikasi yang baik antara individu dalam organisasi atau kelompok kerja dapat meningkatkan motivasi, kepuasan kerja, dan kinerja individu. Komunikasi yang efektif memfasilitasi aliran informasi, pemahaman tugas, dan kolaborasi antara anggota tim. Dalam konteks penjualan dan berbagi takjil Ramadan, komunikasi yang baik antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat akan memperkuat hubungan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan partisipasi serta kepuasan dalam kegiatan tersebut.

- b) Teori Komunikasi Antarbudaya: Teori Komunikasi Antarbudaya berfokus pada komunikasi antara individu dari latar belakang budaya yang berbeda. Dalam konteks penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan, komunikasi antarbudaya memainkan peran penting karena melibatkan interaksi dengan masyarakat yang memiliki kepercayaan, nilai, dan praktik budaya yang beragam.

Teori ini menekankan pentingnya pemahaman, kesadaran, dan adaptasi terhadap budaya dan norma-norma sosial yang berbeda. Komunikasi yang baik antara pelaku penjualan dan masyarakat Tembilahan memerlukan pengetahuan tentang norma-norma budaya setempat, bahasa yang digunakan, serta sensitivitas terhadap nilai-nilai dan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif memungkinkan pelaku penjualan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai dan dapat diterima oleh masyarakat, mempromosikan nilai-nilai yang dihormati, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Dengan menerapkan teori Komunikasi Organisasi dan teori Komunikasi Antarbudaya, kita dapat memahami bagaimana komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan. Komunikasi yang baik dalam konteks ini memfasilitasi aliran informasi, kolaborasi, pemahaman budaya, serta pembangunan hubungan yang kuat antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas SDM. Tujuan dari pendekatan evaluasi kinerja dalam konteks peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan adalah:

- a) Mengukur Efektivitas Komunikasi: Pendekatan evaluasi kinerja bertujuan untuk mengukur sejauh mana komunikasi yang dilakukan dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan efektif dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi ini membantu dalam mengevaluasi apakah pesan komunikasi disampaikan dengan jelas, apakah hubungan antara pelaku penjualan dan pelanggan terjalin dengan baik, dan apakah nilai-nilai sosial yang ingin dipromosikan berhasil disampaikan melalui komunikasi.
- b) Mengevaluasi Peningkatan Kualitas SDM: Evaluasi kinerja juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan terhadap peningkatan kualitas SDM. Tujuan ini melibatkan pengukuran efek komunikasi dalam meningkatkan motivasi, keterampilan, pengetahuan, dan sikap positif individu yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Evaluasi ini memberikan pemahaman tentang kontribusi komunikasi dalam pengembangan SDM masyarakat.

- c) Menilai Keberhasilan Penjualan dan Partisipasi Masyarakat: Pendekatan evaluasi kinerja juga bertujuan untuk menilai keberhasilan penjualan dalam kegiatan penjualan takjil serta tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan berbagi takjil Ramadan. Evaluasi ini melibatkan pengukuran hasil penjualan, pertumbuhan bisnis, dan tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan tersebut. Tujuan ini memberikan gambaran tentang keberhasilan komunikasi dalam mendorong partisipasi dan dukungan masyarakat.
- d) Menyediakan Masukan untuk Perbaikan dan Pengembangan Lebih Lanjut: Evaluasi kinerja memberikan masukan penting yang dapat digunakan untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan. Hasil evaluasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, dan merancang program pengembangan SDM yang lebih tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, pendekatan evaluasi kinerja memberikan pemahaman tentang efektivitas komunikasi, dampak terhadap kualitas SDM, keberhasilan penjualan, dan partisipasi masyarakat dalam konteks kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan. Hasil evaluasi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil tindakan yang relevan guna meningkatkan kualitas SDM dan kesuksesan kegiatan tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Untuk menjawab tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, beberapa metode penelitian yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Studi Observasi: Metode studi observasi dapat digunakan untuk mengamati secara langsung kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan. Dalam metode ini, peneliti dapat mengamati interaksi antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat, serta mengamati komunikasi yang terjadi. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti ikut serta dalam kegiatan tersebut, atau secara non-partisipatif, di mana peneliti hanya mengamati tanpa campur tangan. Observasi ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi dan partisipasi dalam kegiatan tersebut.
- b) Survei dan Kuesioner: Metode survei dan kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat terkait pengalaman mereka dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan. Survei dapat dilakukan secara langsung dengan wawancara langsung atau melalui pengisian kuesioner secara mandiri. Pertanyaan dalam survei atau kuesioner dapat mencakup aspek-aspek seperti kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas produk dan pelayanan, partisipasi masyarakat, dan evaluasi terhadap komunikasi yang terjadi.
- c) Wawancara: Metode wawancara dapat digunakan untuk mendapatkan informasi mendalam dari pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terstruktur atau semi-terstruktur kepada responden. Wawancara ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka terkait peran komunikasi dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan, serta dampaknya terhadap kualitas SDM.
- d) Analisis Dokumen: Metode analisis dokumen melibatkan tinjauan dokumen dan laporan terkait kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan, seperti laporan keuangan, laporan kegiatan, materi promosi, dan dokumentasi lainnya. Dokumen-dokumen ini dapat memberikan informasi tentang tujuan, strategi, implementasi, dan hasil dari kegiatan tersebut. Analisis dokumen juga dapat memberikan pemahaman tentang upaya komunikasi yang dilakukan dan dampaknya terhadap kualitas SDM serta keberhasilan kegiatan tersebut.

Dalam penelitian ini, dapat digunakan pendekatan kombinasi dari metode-metode di atas, seperti observasi, survei, wawancara, dan analisis dokumen, untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana Efektivitas Komunikasi dalam kegiatan penjualan takjil Ramadhan di masyarakat Tembilahan? Untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dalam kegiatan penjualan takjil Ramadhan di masyarakat Tembilahan, beberapa faktor yang dapat diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a) Pengaruh Pesan Komunikasi: Pada observasi dalam kegiatan Penjualan takjil Ramadhan di masyarakat Tembilahan terhadap pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh pelaku penjualan kepada pelanggan dan masyarakat. Pesan Komunikasi Berhasil dilakukan dengan jelas dan efektif, mengenai produk-produk yang dijual langsung
- b) Respons dan Tanggapan Pelanggan: Setelah melakukan kegiatan Komunikasi terhadap konsumen, beberapa pelanggan tersebut merespon dengan baik dan antusias, serta memahami apa yang penjual sampaikan serta tertarik membeli makanan atau takjil.
- c) Evaluasi Penjualan: Tentu adanya peningkatan penjualan takjil bulan Ramadhan di Tembilahan dengan komunikasi yang dilakukan. Sebagaimana bahwasanya berhasil menarik minat beli pelanggan untuk membeli takjil.

Apa dampak komunikasi yang efektif terhadap peningkatan kualitas SDM dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan?

- a) Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Komunikasi yang efektif antara pelaku penjualan dengan pelanggan dan masyarakat dapat menyediakan informasi yang relevan tentang takjil, nilai-nilai sosial yang ingin disampaikan, serta praktik yang dapat meningkatkan kualitas SDM. Melalui komunikasi yang baik, pelanggan dan masyarakat dapat memperoleh pengetahuan baru tentang makanan yang mereka konsumsi, proses penjualan, dan pentingnya kegiatan berbagi takjil. Selain itu, komunikasi yang efektif juga dapat memberikan keterampilan yang berguna dalam berkomunikasi, bernegosiasi, dan berinteraksi dengan orang lain.
- b) Peningkatan Kesadaran Sosial dan Solidaritas: Komunikasi yang efektif dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan dapat meningkatkan kesadaran sosial dan solidaritas di antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat. Melalui komunikasi yang baik, pesan-pesan tentang kepedulian, saling berbagi, dan membantu sesama dapat diterima dengan baik. Hal ini dapat memperkuat ikatan sosial antara anggota masyarakat dan membentuk budaya saling peduli dan berbagi.
- c) Peningkatan Keterlibatan Masyarakat: Komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan. Ketika komunikasi yang baik terjalin antara pelaku penjualan dan masyarakat, masyarakat akan merasa lebih terlibat dan terdorong untuk berpartisipasi aktif. Dengan meningkatnya keterlibatan masyarakat, mereka dapat memiliki pengalaman langsung dalam kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan, yang dapat membantu dalam pengembangan keterampilan, pemberdayaan diri, dan peningkatan kualitas SDM.

Bagaimana strategi komunikasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas SDM dan keberhasilan kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan di masyarakat Tembilahan? Untuk meningkatkan kualitas SDM dan keberhasilan kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadhan di masyarakat Tembilahan, beberapa strategi komunikasi yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

- a) Komunikasi yang Jelas dan Informatif: Penting untuk menyampaikan pesan komunikasi dengan jelas dan informatif kepada pelanggan dan masyarakat. Pesan harus mencakup informasi tentang takjil yang dijual, nilai-nilai sosial yang ingin disampaikan, serta praktik yang dapat meningkatkan kualitas SDM. Pastikan pesan komunikasi mudah dipahami dan terstruktur dengan baik agar pesan dapat diterima dengan baik oleh pelanggan dan masyarakat.
- b) Penggunaan Media Komunikasi yang Efektif: Pilih media komunikasi yang tepat untuk mencapai pelanggan dan masyarakat Tembilahan. Media yang dapat digunakan meliputi iklan media cetak,

media sosial, brosur, spanduk, dan siaran langsung melalui radio atau televisi lokal. Pastikan pesan disampaikan melalui media yang dapat menjangkau target audiens dengan efektif dan memberikan informasi yang tepat.

- c) Melibatkan Diri dalam Komunitas dan Kegiatan Masyarakat: Komunikasi yang efektif juga melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat dan pelanggan. Berpartisipasilah dalam kegiatan komunitas dan kegiatan masyarakat lainnya di Tembilahan untuk membangun hubungan yang kuat dan memperluas jaringan. Ini dapat dilakukan melalui partisipasi dalam pertemuan, diskusi, acara sosial, atau kegiatan lainnya yang relevan dengan kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan.
- d) Membangun Hubungan yang Personal dan Saling Percaya: Penting untuk membangun hubungan personal yang kuat dan saling percaya antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat. Komunikasikan nilai-nilai sosial yang ingin disampaikan melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan dengan cara yang autentik dan tulus. Berikan perhatian khusus kepada kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta tanggapilah dengan cepat dan positif terhadap pertanyaan atau masukan dari pelanggan.

Hasil Penjualan selama sebulan

Hari Ke	Nama Prodak	Modal	Total Produksi	Terjual	Ket
1	1. Dadar Gulung	1. Rp.15.000	30 pc	30.000	1k/ pc
	2. Pisang ijo	2. Rp.20.000	7 cup	35.000	5k/cup
	3. Risol	3. Rp.30.000	45 pc	90.000	2k/pc
	4. Lupis	4. Rp.25.000	7 cup	35.000	5k/cup
	5. Tahu isi	5. Rp.15.000	30 pc	30.000	1k/pc
	6. Bakwan	6. Rp.15.000	25 pc	25.000	1k/pc
	7. Empek2	7. Rp.20.000	6 cup	30.000	5k/cup
	8. Klepon	8. Rp.20.000	25 pc	25.000	1k/pc
	9. Es buah	9. Rp.50.000	25 cup	125.000	5k/pc
TOTAL		Rp. 210.000		425.000	

Pada Penjualan Takjil di bulan ramadhan ini pada hari pertama Total Modal yang di produksi sebesar 210 dengan 9 takjil yang berbeda beda dengan pendapatan atau hasil yang terjual sebesar Rp. 425.000. Pada penjualan ini mengalami peningkatan dan penurunan pada setiap harinya selama 1bulan:

Produksi yang terjual:

Penjualan Takjil ini mengeluarkan Modal Utama sebesar Rp. 1.500.000 (Sewa+Alat2+Biaya tak terduga)

Perhitungan Umum:

Total Penjualan selama sebulan – (Modal Utama+ Modal Bahan selama sebulan)

$5.059.000 - (1.500.000 + 2.000.000)$

$= 5.059.000 - 3.500.000$

$= \text{Rp. } 1.559.000$

Jadi pada penjualan takjil selama satu bulan mendapatkan keuntungan sebesar **Rp. 1.559.000**

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan informasi yang ada, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan sumber daya Dalam konteks kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan, komunikasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kualitas SDM serta keberhasilan kegiatan tersebut. Melalui komunikasi yang efektif, berbagai dampak positif dapat dicapai, termasuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan, peningkatan kesadaran sosial dan solidaritas, peningkatan keterlibatan masyarakat, serta peningkatan hubungan dan jaringan antara pelaku penjualan, pelanggan, dan masyarakat.

Strategi komunikasi yang diterapkan dapat berfokus pada komunikasi yang jelas dan informatif, penggunaan media komunikasi yang tepat, keterlibatan langsung dalam komunitas dan kegiatan masyarakat, pembangunan hubungan personal yang kuat, penggunaan kesaksian dan cerita sukses, pengedepankan komunikasi antarbudaya, serta evaluasi dan penyesuaian yang kontinu. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan komunikasi yang efektif dapat terjalin, mempengaruhi kualitas SDM, serta mencapai tujuan penjualan dan keberhasilan kegiatan berbagi takjil Ramadan.

Dengan demikian, penting untuk terus mengkaji dan meningkatkan pemahaman tentang peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas SDM melalui kegiatan penjualan dan berbagi takjil Ramadan di masyarakat Tembilahan agar dapat mengoptimalkan manfaat yang dihasilkan dan memperbaiki kegiatan tersebut secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Argenti, P. A., Howell, R. A., & Beck, K. A. (2005). Imperatif komunikasi strategis. MIT Sloan Management Review, 46(3), 83-89.
- [2] DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (2002). Memahami komunikasi massa: Perspektif seni liberal. Wadsworth.
- [3] Hall, E. T. (1959). Bahasa bisu. Doubleday
- [4] Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2017). Teori-teori komunikasi manusia. Waveland Press.
- [5] McQuail, D. (2005). Teori komunikasi massa McQuail. Sage Publications.
- [6] Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). Ensiklopedia teori komunikasi. SAGE Publications.
- [7] Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (1998). Komunikasi dan krisis organisasi. Greenwood Publishing Group.
- [8] Samovar, L. A., Porter, R. E., & Jain, N. C. (1981). Memahami komunikasi antarbudaya. Wadsworth Publishing Company
- [9] Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (1998). Communication and Organizational Crisis. Greenwood Publishing Group.
- [10] Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). Fundamentals of Management (11th ed.). Pearson.
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- [12] DuBrin, A. J. (2019). Essentials of Management (10th ed.). Cengage Learning.
- [13] Gupta, A., & Sharma, R. K. (2019). Fundamentals of Human Resource Management. Global India Publications.