

## Urgensi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi dalam Pembuatan Produk Newklin

Diva Khoirun Nisaa<sup>1</sup>, Nilawati Fiernaningsih<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Malang

*divaakn@gmail.com*<sup>3</sup>, *nilafh@polinema.ac.id*<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Communication between work groups is persuasive communication, face-to-face, to arouse passion and activity at work. The purpose of this paper is to describe how the urgency of communication in fostering the motivation of a work group or work group in developing a product. Type and research approach This type of research is a literature and field analysis study using qualitative methods. Qualitative research used by researchers is descriptive data, namely in the form of written or spoken words from people and observable behavior. Researchers use a qualitative approach because researchers are interested in a phenomenon in the field by collecting data through interview and observation techniques. The results of this study are, communication has several variables that can motivate the work of the work group, namely the relationship between superiors and subordinates, relationships among coworkers, company rules and policies, working conditions, and compensation. The communication that most quickly fosters motivation is the relationship between superiors and subordinates. The reason is that the supervisor is the one who must be able to motivate the work of the work group working in his company and maintain good working and communication relationships with the work group, if this does not happen, there is a high probability of massive changes in the work group structure. Communication with motivation is closely related to work group performance in achieving company goals.*

**Keywords :** *Communication Urgenc, Motivation, Work Group, Newklin Soap.*

### ABSTRAK

Komunikasi antar kelompok kerja merupakan komunikasi persuasif, secara tatap muka, untuk menggugah gairah dan kegiatan dalam bekerja. Tujuan dari penulisan ini adalah mendeskripsikan bagaimana urgensi komunikasi dalam menumbuhkan motivasi suatu kelompok kerja atau kelompok kerja dalam mengembangkan suatu produk. Jenis dan pendekatan penelitian Jenis penelitian ini adalah penelitian kajian analisa literatur dan lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan peneliti adalah data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti tertarik dengan sebuah fenomena di lapangan dengan mengumpulkan datanya melalui teknik wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah, komunikasi mempunyai beberapa variabel yang dapat memotivasi kerja kelompok kerja, yaitu hubungan atasan dan bawahan, hubungan sesama rekan kerja, peraturan dan kebijakan perusahaan, kondisi kerja, serta kompensasi. Komunikasi yang paling cepat menumbuhkan motivasi adalah hubungan atasan dan bawahan. Alasannya adalah bahwa atasan adalah pihak yang harus dapat memotivasi kerja kelompok kerja yang bekerja di perusahaannya dan menjaga hubungan kerja dan komunikasi yang baik dengan para kelompok kerja, jika hal itu tidak terjadi maka besar kemungkinan akan terjadi perubahan struktur kelompok kerja yang besar-besaran.

Komunikasi dengan motivasi berkaitan erat dengan kinerja kelompok kerja dalam mencapai tujuan perusahaan.

**Kata kunci** : *urgensi komunikasi, motivasi, kelompok kerja, sabun newklin.*

## PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peran kunci dalam menyampaikan berbagai pendapat, ide, gagasan, atau rencana, baik dalam skala kecil maupun besar. Tanpa komunikasi, manusia kehilangan eksistensinya dalam menjalani kehidupannya, termasuk dalam aktivitas sehari-hari (Sutisna, 2017). Contohnya, dalam lingkungan perusahaan, komunikasi antara kelompok kerja dan antara kelompok kerja dengan atasan merupakan rutinitas yang tak pernah berhenti. Hal ini dikenal sebagai komunikasi organisasi (Onong Uchjana Effendy, 2016). Kemampuan bersaing menjadi isu utama dalam organisasi modern, karena dari kemampuan bersaing ini organisasi memperoleh keunggulan yang memastikan kelangsungan hidupnya. Untuk menjadi organisasi yang kuat, sumber daya manusia dalam organisasi harus menjaga kompetensi dan kinerjanya, karena kedua aspek ini membentuk kelangsungan organisasi.

Tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah meningkatkan kontribusi kelompok kerja terhadap produktivitas organisasi yang bersangkutan (Robert M dan Jackson.H, 2011). Ini menggambarkan bahwa keseluruhan aktivitas organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya sangat bergantung pada orang-orang yang mengelolanya. Produktivitas adalah aspek penting yang harus ditingkatkan oleh perusahaan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Yani, 2018). Perusahaan perlu mengoptimalkan produktivitas kerja karyawan (kelompok kerja) secara berkelanjutan, dan hal ini sangat terkait dengan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan (Sinambela, 2012). Untuk mencapai produktivitas yang baik, motivasi kelompok kerja memainkan peran penting. Motivasi yang diberikan oleh pimpinan perusahaan mendorong kelompok kerja untuk bekerja lebih bertanggung jawab dan konsisten (Danim, 2012). Motivasi juga dapat berasal dari faktor internal dan eksternal, seperti daya pendorong, tanggung jawab, kewajiban, dan tujuan (Iskandar, 2017). Ada dua metode motivasi, yaitu motivasi langsung dan tidak langsung. Motivasi langsung melibatkan pemberian insentif atau penghargaan kepada kelompok kerja untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Motivasi tidak langsung, di sisi lain, melibatkan fasilitas yang mendukung kinerja kelompok kerja dan membuat mereka bersemangat dalam pekerjaan mereka (Hasibuan, 2017).

Oleh karena itu, sumber daya manusia harus dikelola dengan baik agar mereka menjadi efisien dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi (Mangkunegara, 2012). Selain itu, peran dan fungsi sumber daya manusia dalam organisasi sangat penting, karena melalui pemberdayaan sumber daya manusia, upaya untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi dapat terwujud (Suryadi, 2012). Sumber daya manusia dalam berbagai organisasi, perlu mendapat perhatian agar terwujud kinerja kelompok kerja yang baik termasuk dalam membuat suatu karya atau produk. Dan untuk mewujudkan keinginan tersebut, salah satu

faktor yang memerlukan perhatian lebih adalah Komunikasi antar kelompok kerja, baik sesama kelompok kerja, kelompok kerja dengan atasan, dan atau sebaliknya, dalam upaya memotivasi kinerja para kelompok kerja tersebut.

Sabun adalah bahan yang digunakan untuk mencuci, baik pakaian, perabotan, badan, dan lain-lain yang terbuat dari campuran alkali (natrium atau kalium hidroksida), dan trigliserida dari asam lemak rantai karbon C16 (Zulkifli dan Estiasih, 2014) melalui reaksi saponifikasi atau disebut juga reaksi penyabunan pada suhu 80-100 °C. Dalam proses ini asam lemak akan terhidrolisa oleh basa membentuk gliserin dan sabun mentah. Salah satu jenis sabun yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari adalah sabun pencuci piring. Meskipun sabun bukan merupakan kebutuhan primer, tetapi konsumsi sabun yang terus menerus setiap harinya, menyebabkan kebutuhan pengadaan sabun yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Melihat peluang tersebut, maka banyak sekali produk-produk sabun cair yang bisa ditemukan pada berbagai jenis pasar salah satunya adalah produk sabun cuci piring newklin.

Sabun cuci piring newklin adalah jenis sabun cair yang biasa digunakan ibu rumah tangga untuk mencuci piring, tetapi ada juga produk newklin yang berbentuk sabun colek atau sabun cream, sabun cuci piring newklin sendiri sudah banyak di jual di warung-warung dan toko online lainnya, produk yang diciptakan oleh kelompok kerja.

Komunikasi antar kelompok kerja merupakan komunikasi persuasif, secara tatap muka, untuk menggugah gairah dan kegiatan dalam bekerja dengan penuh semangat kerjasama yang produktif dalam kondisi dan perasaan sukacita, bahagia, dan puas hati dari kedua belah pihak, baik kelompok kerja, maupun manajemen (Wibowo, 2015). Dalam usaha mengembangkan suatu produk, maka hendaknya setiap perusahaan mengetahui, keunggulan-keunggulan dalam persaingan di dunia usaha, termasuk di dalamnya adanya keunggulan di bidang sumber daya manusia (Benson, 2013). Untuk menciptakan sumber daya manusia yang unggul, perlu diketahui, faktor-faktor yang penting dalam komunikasi dan motivasi dari kelompok kerja itu sendiri (Morissan et al., 2016). Dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang sudah ada, maka salah satu alternatif dalam upaya meningkatkan motivasi kelompok kerja yaitu dengan adanya komunikasi yang lancar (Hariyadi & Darmuki, 2019). Motivasi kelompok kerja dapat dimaksimalkan melalui berbagai cara apabila faktor-faktor yang berpengaruh pada kelompok kerja, kemudiandianalisa hubungannya dengan komunikasi, untuk dapat mencapai tujuan. Tujuan dari penulisan ini adalah mendeskripsikan bagaimana urgensi komunikasi dalam menumbuhkan motivasi suatu kelompok kerja atau kelompok kerja dalam mengembangkan suatu produk.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis dan pendekatan penelitian Jenis penelitian ini adalah penelitian kajian analisa literatur dan lapangan dengan menggunakan metode kualitatif (Moelong, 2010). Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun rekayasa

manusia (Sugiyono, 2013). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan peneliti adalah data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Sugiyono, 2016). Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti tertarik dengan sebuah fenomena di lapangan. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling karena pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu, seperti orang yang dianggap paling mengetahui informasi yang kita butuhkan. Objek penelitian ini adalah produk newclin, sumber data diperoleh dari usaha kelompok pembuatan produk newclin dan warung-warung yang mempunyai usaha kelompok.

Data Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti agar mendapatkan data dalam suatu penelitian guna diteliti. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara (Imam Gunawan, 2015). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan juga observasi. Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap dan sebagian berisi pendapat, sikap dan pengalaman pribadi (Moelong, 2010). Wawancara diawali dengan pembicaraan mengenai permasalahan yang akan diteliti yaitu komunikasi dan motivasi terhadap kelompok kerja. Hasil tersebut dapat digunakan penulis sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Pada tahap awal peneliti melakukan penjajakan secara umum terhadap situasi atau objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian penelitian akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi (Sugiyono, 2013).

- 1) Reduksi data oleh peneliti dilakukan dengan cara memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, serta mentransformasikan data mentah yang diperoleh dalam penulisan catatan lapangan.
- 2) Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, peneliti menggunakan teks yang bersifat narasi yang didasarkan pada pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah dipahami.
- 3) Penarikan kesimpulan penelitian dilakukan dengan menggunakan teori yang berkaitan dengan penelitian yakni teori produktivitas dan motivasi. Selain menggunakan teori, peneliti juga dibantu oleh dosen pembimbing untuk melakukan penarikan kesimpulan (Milles dan Huberman, 1992).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari studi literatur yang penulis lakukan, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk yaitu komunikasi personal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Komunikasi antar personal atau yang dikenal dengan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi antara dua orang, di mana terjadi

kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini dapat berlangsung secara sederhana, yaitu berhadapan dengan muka (face to face) dan dapat melalui media seperti telepon. Ciri khas komunikasi antarpribadi adalah sifatnya dua arah dan timbal balik. Di sini komunikator, pada saat lain komunikator menjadi komunikan. Menurut Rogers, komunikasi antar pribadi ini dibagi menjadi hemofili dan heterofili. Hemofili merupakan istilah yang menggambarkan derajat pasangan perorangan yang memiliki kesamaan sifat, seperti kepercayaan, nilai pendidikan, status sosial. Heterofili merupakan kebalikan dari hemofili, yaitu derajat pasangan orang-orang yang berinteraksi yang berbeda dalam sifat-sifat tertentu. Pada komunikasi interpersonal, menguraikan bagaimana orang menerima interaksi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkan kembali.

Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan komunikasi yang menumbuhkan motivasi antar kelompok kerja dan kelompok kerja, yaitu: a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi. b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata.

Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri kelompok kerja terhadap organisasi. Komunikasi organisasi merupakan bagian yang penting dalam proses organisasi yang selalu berkaitan dengan jaringan sebagai cara mengorganisir. Jaringan merupakan struktur sosial yang diciptakan oleh komunikasi antar pribadi dan kelompok. Pandangan lain menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah menerima dan menginterpretasikan pesan diantara anggota organisasi sebagai unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi.

Organisasi terdiri dari unit komunikasi yang berhubungan satu sama lain secara hierarkis dan berfungsi dalam lingkungannya. Komunikasi tidak akan berjalan dengan sendirinya, tetapi mempunyai proses dimana pengirim menyampaikan pesan sehingga diterima oleh penerima dan terjadi proses umpan balik dari pengirim dan penerima.

Sesuai dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan sesama kelompok kerja dalam pembuatan produk *newklin*, didapatkan hasil komunikasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi motivasi kelompok kerja karena dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman mereka tentang tujuan, tugas, dan ekspektasi organisasi. Ketika komunikasi internal yang efektif dilakukan, informasi tentang suatu proyek, perubahan organisasi, atau pencapaian target dapat diterima dengan jelas oleh kelompok kerja. Ini membantu mereka merasa terlibat dan relevan dalam kontribusi mereka terhadap tujuan pembuatan produk.

Selanjutnya hasil penelitian didapatkan bahwa komunikasi yang terbuka dan transparan juga memungkinkan kelompok kerja untuk merasa didengar dan dihargai, yang dapat meningkatkan rasa keterlibatan dan komitmen terhadap pekerjaan mereka. Sebaliknya, kurangnya komunikasi atau komunikasi yang buruk dapat menghasilkan ketidakpastian, kebingungan, atau ketidakpuasan, yang dapat mengurangi motivasi kelompok kerja untuk berkinerja tinggi. Selain itu, komunikasi interpersonal antara pimpinan dan bawahan juga berperan besar dalam memengaruhi motivasi.

Ketika seorang pimpinan atau ketua kelompok kerja mampu berkomunikasi dengan baik, memberikan umpan balik positif, mendengarkan permasalahan atau ide kelompok kerja, dan memberikan arahan yang jelas, hal ini dapat membangun hubungan yang kuat antara pimpinan dan kelompok kerja. Kelompok kerja yang merasa memiliki hubungan yang baik dengan pimpinan mereka lebih mungkin merasa termotivasi untuk bekerja keras demi mencapai tujuan organisasi. Mereka juga lebih cenderung merasa diakui dan dihargai atas kontribusi mereka, yang dapat meningkatkan rasa puas dan motivasi intrinsik. Dengan demikian, komunikasi yang efektif, baik dalam bentuk komunikasi organisasi maupun interpersonal, dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi motivasi kelompok kerja dalam mencapai hasil kerja yang lebih baik.

Motivasi kerja dapat diartikan sebagai dorongan dalam diri seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu dalam pekerjaannya untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan sasaran organisasi maupun sasaran pribadinya. Motivasi kerja kelompok kerja yang tinggi dapat dilihat dari kemauan kelompok kerja untuk bekerja keras, bekerjasama dengan sesama rekan kerja, dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Motivasi kerja juga merupakan suatu hal yang dapat meningkatkan semangat kerja. Semangat itu timbul karena adanya harapan terhadap imbalan yang akan diterima bila ada peningkatan prestasi kerja. Sesuai dengan hasil penelitian Laia, (2020) Manusia akan termotivasi apabila ia percaya bahwa :

- a. Suatu perilaku akan menghasilkan hasil tertentu
- b. Hasil tersebut mempunyai nilai positif untuknya
- c. Hasil tersebut dapat dicapai melalui usaha yang dilakukan seseorang

Hasil studi literatur yang telah dilakukan Siregar (2005) mengatakan dari hasil penelitiannya diperoleh bahwa faktor-faktor motivasi yang dapat mendorong motivasi kerja kelompok kerja yaitu bekerjasama, bekerja keras dan bertanggung jawab tidak memiliki hubungan yang nyata terhadap penilaian prestasi kerja. Mengingat bahwa setiap individu dalam perusahaan berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda, maka sangat penting bagi perusahaan untuk melihat apa kebutuhan dan harapan kelompok kerjanya. Dengan diketahuinya hal-hal tersebut, perusahaan akan lebih mudah untuk mendorong kinerja yang optimal, sehingga akan semakin termotivasi. Tingkat kedewasaan responden yang cukup baik dilatarbelakangi oleh pendidikan yang dimiliki oleh responden itu sendiri, sehingga cara berfikir mereka menunjang timbulnya kesadaran untuk melakukan pekerjaan seoptimal mungkin.

Selanjutnya penulis melanjutkan wawancara ke beberapa toko atau warung yang mempunyai kelompok kerja dalam usahanya. Hasil dari beberapa wawancara didapatkan dampak jika kelompok kerja diberikan motivasi, bisa menambah semangat kerja kelompok kerja, apalagi kalau pimpinan memberikan semangat dan juga dorongan itu tambah membuat semangat lagi dalam melakukan pekerjaan. Beda lagi kalau pimpinan kerjanya hanya ngomel itu malah membuat kelompok kerja tidak semangat dalam melakukan pekerjaan, jadi semangat dari pimpinan itu sangat penting. Dan yang dilakukan pimpinan kita

sudah membantu dalam semangat bekerja”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dampak ketika motivasi diberikan dengan maksimal maka akan berpengaruh terhadap produktivitas kerja kelompok kerja. Dimana kelompok kerja akan lebih meningkatkan prestasi kerja, meningkatkan rasa tanggung jawab, meningkatkan produktivitas dan efisiensi, menumbuhkan loyalitas kelompok kerja terhadap perusahaan dan juga pemberian semangat secara langsung dari pimpinan kepada kelompok kerja bertujuan untuk meningkatkan rasa etos kerja kelompok kerja yang tinggi, dengan begitu kelompok kerja dalam menjalankan pekerjaannya semakin giat dan berdampak baik untuk perusahaan kedepannya, sehingga motivasi kerja sangat dibutuhkan oleh kelompok kerja.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisa dan uji validitas yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Komunikasi mempunyai beberapa variabel yang dapat memotivasi kerja kelompok kerja, yaitu hubungan atasan dan bawahan, hubungan sesama rekan kerja, peraturan dan kebijakan perusahaan, kondisi kerja, serta kompensasi.
- 2) Komunikasi yang paling cepat menumbuhkan motivasi adalah hubungan atasan dan bawahan. Alasannya adalah bahwa atasan adalah pihak yang harus dapat memotivasi kerja kelompok kerja yang bekerja di perusahaannya dan menjaga hubungan kerja dan komunikasi yang baik dengan para kelompok kerja, jika hal itu tidak terjadi maka besar kemungkinan akan terjadi perubahan struktur kelompok kerja yang besar-besaran.
- 3) Komunikasi dengan motivasi berkaitan erat dengan kinerja kelompok kerja dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dengan demikian, hambatan komunikasi yang terjadi disarankan untuk terus dilakukan perbaikan yaitu dengan meningkatkan intensitas pertemuan antara sesama kelompok kerja sehingga komunikasi yang terjalin dapat berjalan dengan lebih baik lagi. Perlu diadakannya evaluasi bertahap dan periodic, minimal 6 (enam) bulan sekali, untuk mengetahui kelancaran Komunikasi antar kelompok kerja maupun kelompok kerja dengan atasan. Intensitas pertemuan ini dapat dilakukan tidak hanya dalam suasana formal, tetapi juga dalam suasana informal. Contoh kegiatan yang dapat dilakukan oleh manajemen yaitu dengan mengadakan pertemuan mingguan ataupun pertemuan bulanan atau bahkan acara-acara out bond sangat penting untuk dilakukan.

### **SARAN**

Untuk kelompok kerja lebih mengedepankan komunikasi antar kelompok kerja yang lain, dengan begitu kinerja kelompok kerja lebih baik dan dapat menjaga hubungan kerja yang akan menghasilkan penjualan produk yang meningkat. Untuk peneliti selanjutnya lebih baik menambahkan variabel seperti inovasi, kepuasan kerja, kepuasan pelanggan dan lain-lain.

Dan lebih memperluas lagi jangkauan tidak hanya kelompok kerja tetapi bisa ke umkm yang baru merintis atau pun sudah berkembang pesat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Benson. (2013). *Keragaman Produk. Cetakan Keempat* (4th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Danim, S. (2012). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Rineka Cipta.
- Hariyadi, A., & Darmuki, A. (2019). Prestasi dan motivasi belajar dengan konsep diri. *Prosiding Seminar Nasional, 0291*, 280–286.
- Hasibuan, M. S. . (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Imam Gunawan. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Iskandar, U. (2017). Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Kinerja Guru. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan, 10*(1), 1018–1027. <https://doi.org/10.26418/jvip.v10i1.2061>
- Laia, B., Zai, E., P. (2020). Motivasi Dan Budaya Berbahasa Inggris Masyarakat Daerah Tujuan Wisata Terhadap Perkembangan Bahasa Anak Di Tingkat SLTA (Studi Kasus: Desa Lagundri-Desa Sorake-Desa Bawomataluo). *Jurnal Education And Development, 8*(4), 602.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Evaluasi Kinerja SDM*. Refika Aditama.
- Milles dan Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Moelong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Morissan, M. A., Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2016). *Teori komunikasi massa*. Ghalia Indonesia.
- Onong Uchjana Effendy. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Rosdakarya.
- Robert M dan Jackson.H. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Raja Grafindo.
- Sinambela, L. P. (2012). *Kinerja Pegawai*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, A. (2012). *Pendidikan, Investasi SDM, dan Pembangunan : Isu, Teori, dan Aplikasi untuk Pembangunan Pendidikan dan Sumber Daya Manusia Indonesia*. Widya Aksara Press.
- Sutisna. (2017). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remadja Rosdakarya.
- Wibowo, W. (2015). *Konsep Tindak Tutur Komunikasi*. PT Bumi Aksara.
- Yani, P. E. (2018). Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan CV Inaura Anugerah Jakarta. *Program Studi Manajemen Perpajakan Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta, 2*(1), 1–7.