



Pentingnya *Human Relations* Dalam Membangun Kualitas Komunikasi di Organisasi Kampus

Maulana Yusuf^{1*}, Leo Feni Agustina², Nessya Mayla³, Nazlah Azzahra⁴,
April Laksana⁵

¹⁻⁵Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

maulanayusuf2525@gmail.com^{1*}, leofeniagustina12@gmail.com², nessya.mf@gmail.com³,
nazlah252003@gmail.com⁴, aprillaksana8@gmail.com⁵

Korespondensi penulis: maulanayusuf2525@gmail.com*

Abstract. Every organization must have problems, problems that often arise in organizations are disharmonious relationships between leaders and their members, or between fellow members. This problem is caused by interference barriers in organizational communication. All organizational activities will run in accordance with their respective duties and functions if communication takes place effectively in all lines of the organization. Conversely, failure to foster effective and harmonious communication will hamper the implementation of tasks in the organization. Without communication there is no coordination, and without coordination there will be overlapping work, confusion of information, and misunderstanding in interpreting and carrying out organizational tasks. Organizational leaders are the spearhead of the organization to create comfort, bring motivation, and foster loyalty to the organization. every organization must apply the principles of public relations and human relations in order to build effective communication quality.

Keyword : Human Relations, Organizational Relations, Public Relation

Abstrak. Setiap organisasi pasti memiliki permasalahan, permasalahan yang kerap muncul didalam organisasi adalah ketidakharmonisan hubungan antara pimpinan dengan anggotanya, atau antara sesama anggota. Permasalahan ini disebabkan adanya hambatan gangguan dalam komunikasi organisasi. Seluruh aktivitas organisasi akan berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing jika komunikasi berlangsung secara efektif dalam semua lini organisasi. Sebaliknya, kegagalan dalam membina komunikasi yang efektif dan harmonis, akan terhambatnya pelaksanaan tugas- tugas dalam organisasi. Tanpa komunikasi tidak ada koordinasi, dan tanpa koordinasi akan terjadi tumpang tindih pekerjaan, kesimpangsiuran informasi, dan kesalahpahaman dalam memaknai dan melaksanakan tugas-tugas keorganisasian. Pimpinan organisasi merupakan ujung tombak organisasi untuk mewujudkan kenyamanan, menghadirkan motivasi, serta menumbuhkan loyalitas terhadap organisasi. setiap organisasi harus menerapkan prinsip-prinsip public relations dan human relations agar membangun mutu komunikasi yang efektif .

Kata kunci : Hubungan Manusia, Hubungan Organisasi, Hubungan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Kemampuan seseorang untuk membangun, mempertahankan, dan mengelola hubungan yang sehat dengan orang lain dikenal sebagai *human relations*, atau hubungan antarpribadi. Metode ini mengutamakan empati, kerja sama, dan penghargaan atas apa yang dilakukan setiap orang untuk mencapai tujuan bersama. Prinsip hubungan manusia dapat membantu organisasi kampus menjadi lebih inklusif dan bekerja sama. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan komunikasi tim dan antarpersonal yang lebih baik. Sumber daya manusia (SDM) memiliki kontribusi yang tinggi baik secara individu maupun kelompok, dan SDM harus ada di dalam suatu organisasi karena mereka dapat memberikan aset terpenting untuk mencapai tujuan organisasi. (Febrina & Rahmat, 2024)

Komunikasi yang efektif adalah bagian penting dari menciptakan lingkungan organisasi yang harmonis dan produktif. Kualitas komunikasi menjadi semakin penting dalam organisasi kampus karena hubungan yang kompleks antara mahasiswa, dosen, staf, dan pihak eksternal. Pengelolaan komunikasi sangat sulit karena latar belakang, budaya, dan kepentingan para anggotanya yang beragam. Hubungan manusia adalah pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kualitas komunikasi di organisasi kampus. Komunikasi efektif adalah komunikasi efektif yang memungkinkan terjadinya perubahan pribadi dan memudahkan pemahaman perbedaan antar individu, menjadikan bahasa lebih jelas, panjang, dan efektif, serta menggunakan bahasa non-verbal. (Mahadi, 2021)

Komunikasi organisasi adalah pertukaran pesan lisan, tertulis dan nonverbal diantara orang-orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi dalam organisasi dapat terjadi dalam bentuk kata-kata yang tertulis atau yang diucapkan, atau simbol-simbol yang menghasilkan perubahan tingkah laku dalam organisasi. Komunikasi organisasi adalah proses mengirim dan menerima pesan dalam organisasi yang terdiri dari keberagaman yang saling tergantung antara satu dengan yang lain. (Siregar & Usriyah, 2021)

Dalam konteks organisasi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan individu dan pencapaian tujuan bersama. Proses komunikasi yang efektif memungkinkan individu untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun hubungan yang konstruktif di dalam organisasi. Dalam hal ini, peran Public Relations (PR) atau Hubungan Masyarakat menjadi krusial sebagai jembatan antara manajemen dan karyawan, serta antara organisasi dan publik.

Public Relations berfungsi sebagai manajemen komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan baik antara organisasi dan berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk menjalankan fungsinya dengan efektif, seorang PR profesional (PRO) harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang organisasi tempatnya bekerja. Ini mencakup:

- Karakteristik Sejarah Organisasi: Memahami latar belakang dan perjalanan organisasi dapat memberikan wawasan tentang nilai-nilai dan budaya yang ada di dalamnya.
- Struktur Organisasi: Mengetahui bagian-bagian yang ada dalam organisasi, termasuk fungsi dan tanggung jawab masing-masing, membantu PRO dalam merancang strategi komunikasi yang tepat.

- Status Terkini: Memahami kondisi organisasi saat ini, baik dari segi keuangan, reputasi, maupun hubungan dengan stakeholder, memungkinkan PRO untuk merumuskan langkah-langkah yang strategis.
- Rencana Masa Depan: Mengetahui visi dan misi jangka panjang organisasi membantu PRO dalam menyelaraskan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan organisasi.
- Kondisi Lingkungan Eksternal: Memahami faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi organisasi, seperti tren industri, regulasi, dan perubahan sosial, juga sangat penting.

Dengan memahami karakteristik organisasi secara menyeluruh, PRO dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, mengelola isu-isu yang muncul, dan membangun hubungan yang positif dengan berbagai pihak, baik di dalam maupun di luar organisasi. Hal ini pada gilirannya akan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian studi literatur (literature study). Studi literatur pada penelitian ini adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola data penelitian secara obyektif, sistematis, analitis, dan kritis. Kajian tersebut menggunakan metode penelitian yang disebut studi kepustakaan atau studi literatur, yaitu berkaitan dengan pengetahuan teoritis dan referensi yang berkaitan dengan topik tertentu. (Arifin et al., 2023)

Data yang dikumpulkan dan dianalisis merupakan data sekunder yang berupa hasil-hasil penelitian seperti buku, jurnal, artikel, situs internet, dan lainnya yang relevan. Peneliti lalu membaca abstrak dari setiap penelitian yang lebih dahulu untuk memberikan penilaian apakah permasalahan yang dibahas sesuai dengan yang hendak dipecahkan dalam penelitian. Selanjutnya mencatat bagian – bagian penting dan relevan dengan permasalahan penelitian

4. PEMBAHASAN

Dalam praktik modern, PR tidak bisa dipandang hanya sebagai upaya organisasi. Merupakan tanggung jawab setiap individu untuk memanfaatkan hubungan masyarakat dan strategi hubungan masyarakat untuk membangun komunikasi interpersonal yang efektif. Berbeda Pemahaman tentang manajemen organisasi ini harus didukung dengan advokasi pembentukan departemen hubungan masyarakat yang kredibel untuk mengatasi masalah komunikasi organisasi. Humas memegang peranan penting dalam sebuah organisasi.

Manajemen merupakan salah satu fungsi humas yang membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan positif, harmonis, dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat umum. Hubungan ini dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi hal ini sejalan dengan peran aktif humas. Oleh karena itu, kehadiran humas dapat membangun atau menghancurkan suatu organisasi.

Tujuan utama Public Relations (PR) adalah untuk menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi organisasi atau perusahaan, serta membangun citra positif di mata publik yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Untuk mencapai tujuan ini, PR melakukan evaluasi terhadap sikap dan opini publik, merumuskan dan mengimplementasikan prosedur komunikasi yang efektif, serta mengoordinasikan berbagai program komunikasi agar berjalan sinergis. Selain itu, PR juga berfokus pada pengembangan hubungan dan goodwill melalui komunikasi dua arah, serta meningkatkan interaksi yang konstruktif antara organisasi dan publik. Dengan demikian, PR berperan penting dalam membangun dan menjaga citra serta reputasi organisasi.

Komunikasi organisasi adalah pertukaran esan lisan, tertulis dan nonverbal diantara orang-orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi dalam organisasi dapat terjadi dalam bentuk kata-kata yang tertulis atau yang di ucapkan, atau simbol-simbol yang menghasilkan perubahan tingkah laku dalam organisasi, baik antara manajer dengan karyawan yang terlibat dalam pemberian atau pertukaran informasi Kesejahteraan Karyawan Menurut Malayu S.P. Hasibuan kesejahteraan adalah balas jasa lengkap (materi dan non materi yang diberikan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijaksanaan. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktifitasnya meningkat. Kesejahteraan adalah dapat dipandang sebagai uang bantuan lebih lanjut kepada karyawan. Terutama pembayarannya kepada mereka yang sakit, uang bantuan untuk tabungan karyawan, pembagian berupa saham, asuransi, perawatan dirumah sakit, dan pension. Menurut Hasibuan “Program kesejahteraan karyawan adalah balas jasa pelengkap (material dan nonmaterial) yang diberikan berdasarkan kebijaksanaan”. Program kesejahteraan karyawan merupakan jenis kompensasi pelengkap di mana hampir semua organisasi memberikannya kepada setiap karyawannya yang pemberiannya tidak didasarkan pada kinerja pegawai. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar prduktivitas kerjanya meningkat.

Pengertian Organisasi

Organisasi dapat diartikan dengan berbagai cara tergantung bagaimana Anda melihatnya. Teori klasik memandang organisasi sebagai suatu bentuk. Di sisi lain, teori sistem memandang organisasi sebagai proses. Secara formal, organisasi adalah suatu kerjasama antara orang-orang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

beberapa ahli mendefinisikan organisasi sebagai berikut:

Malinowski mendefinisikan organisasi sebagai “sekelompok orang yang disatukan oleh suatu tugas atau tugas yang sama, menggunakan alat-alat teknologi dan mengikuti peraturan”, namun meskipun Malinowski tidak menyebutkan tujuan dari suatu organisasi, hal ini dapat disimpulkan dari sini. Orang-orang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang diinginkan. James D. Mooney berkata, “Organisasi tercipta ketika orang-orang berkumpul untuk mencapai tujuan bersama. Demikian pula, Chester I. Barnard berpendapat bahwa "organisasi ada ketika orang-orang ingin terlibat satu sama lain, berkontribusi pada suatu kegiatan, atau bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Terakhir, Henry L. Schick memandang organisasi sebagai unit hubungan formal untuk mencapai tujuan.

Dalam tiga hal terakhir di atas, para profesional ini perlu dilengkapi dengan alat-alat ekonomi dan teknis ketika bekerja sama, dan bahwa orang-orang diharapkan berhasil. Tidak disebutkan bahwa mereka harus terikat oleh lingkungan dan peraturan tertentu agar dapat berhasil. mencapai tujuan atau tujuan tertentu. Oleh karena itu, untuk melengkapi pandangan kita dalam memahami dinamika organisasi, organisasi adalah sekelompok orang atau sekelompok orang yang menggunakan sarana, alat, dan teknologi serta bersedia mematuhi peraturan dan lingkungan tertentu agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dipahami sebagai kolaborasi antara sekelompok orang.

Membangun kualitas komunikasi yang efektif dalam organisasi

Kemampuan komunikasi merupakan faktor penentu kesuksesan setiap individu maupun organisasi untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang sangat kompetitif saat ini. Kemampuan komunikasi seseorang dalam organisasi diperlukan dalam setiap kondisi misalnya pada saat mempersiapkan sebuah presentasi bisnis, menyampaikan ide-ide atau gagasan dalam suatu rapat, negosiasi bisnis, melatih tim, membangun sebuah tim kerja, dan dalam setiap aktivitas organisasi. Melihat pentingnya komunikasi dalam organisasi, efektivitas komunikasi akan sangat menentukan kesuksesan organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Griffith, 2002).

Kemampuan individu untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan baik, menjadi pendengar yang baik, menggunakan berbagai media audio-visual merupakan bagian penting dalam melaksanakan komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi. Komunikasi merupakan keterampilan yang paling penting dalam kehidupan setiap manusia dan organisasi. Steven Covey mengibaratkan komunikasi adalah napas kehidupan makhluk. Ia menitikberatkan pada konsep saling ketergantungan untuk menjelaskan hubungan antarmanusia. Faktor penting dalam komunikasi tidak sekadar pada apa yang ditulis atau dikatakan seseorang, tetapi lebih pada karakter seseorang dan bagaimana seseorang dapat menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa syarat utama komunikasi yang efektif adalah karakter dan integritas pribadi yang menyampaikan pesan tersebut. Menurut Covey, untuk membangun komunikasi yang efektif diperlukan lima dasar penting yaitu usaha untuk benar-benar mengerti orang lain, kemampuan untuk memenuhi komitmen, kemampuan untuk menjelaskan harapan, kemauan untuk meminta maaf secara tulus jika melakukan kesalahan, dan kemampuan memperlihatkan integritas. Siregar dan Usriyah (2021) menekankan bahwa interaksi di antara individu dalam kelompok pada organisasi sangat penting. Interaksi ini dapat memunculkan harapan, yang akhirnya menghasilkan peranan tertentu bagi setiap individu untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi. Dengan kata lain, membangun interaksi antar individu dengan baik adalah kunci untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

Human relations dalam Komunikasi organisasi

Komunikasi yang diciptakan dalam melaksanakan kepemimpinan tergantung pada level kepemimpinan yang meliputi upper level, middle level, dan lower level. Pada tingkatan tertinggi, tugas pemimpin adalah membuat keputusan berdasarkan masukan berbagai pihak khususnya bawahan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan, pada saat inilah peran komunikasi sangat nyata. Tiga tipe komunikasi meliputi: pertama, perintah komunikasi untuk mengembangkan kebijakan, menggambarkan, dan menetapkan rencana untuk membuat keputusan, kedua, memastikan bahwa komunikasi berfungsi secara tepat, ketiga mengevaluasi hasil komunikasi, mengakses efektivitasnya, dan membuat beberapa perubahan dasar untuk keputusan selanjutnya. Manajemen tingkat menengah memiliki tanggung jawab dua arah, disatu sisi ia harus loyal kepada tingkatan di atasnya untuk bekerja dan mencapai kesuksesan dalam pengambilan keputusan, rencana, dan kebijakan untuk manajemen di atasnya, disisi lain ia harus menjalin hubungan baik melalui komunikasi dengan menciptakan iklimkepercayaan dan keterbukaan dengan manajemen dibawahnya untuk mendapatkaninformasi dan

mengkomunikasikannya kepada atasan. Sedangkan manajemen bawah menyampaikan tugas, kebijakan, strategi, order, dan instruksi dari atasan. Pada tingkatan ini lebih banyak komunikasi dalam pemberian instruksi dan perintah (Koester dan Olebe, 1988).

Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi

Citra merupakan bagian penting dari identitas suatu entitas, yang dibentuk oleh sejarah, pengetahuan, pengalaman, perasaan, dan penilaian yang terorganisir dalam sistem kognisi manusia. Mardi Jhon Harrowitz menekankan bahwa citra terbentuk dalam struktur kondisi manusia, di mana pendekatan psikiatri digunakan untuk memahami proses ini. Citra dapat didefinisikan sebagai representasi pemikiran yang memiliki kualitas sensorik, sesuai dengan pandangan Jefkins yang menyatakan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pemahaman tentang fakta. Informasi yang salah atau tidak lengkap dapat menghasilkan citra yang tidak sempurna, sebagaimana diungkapkan oleh Nimpoeno mengenai representasi mental. Dengan demikian, citra bukan hanya sekadar gambaran, tetapi juga merupakan hasil dari interaksi kompleks antara pengetahuan, pengalaman, dan emosi individu.

Citra dalam organisasi sangat berperan penting terhadap kelancaran dan kemajuan organisasi dimasa mendatang. Istilah lain citra adalah favourable opinion (opini publik yang menguntungkan) (Ardianto, 2009). Untuk mencapai sasaran ideal tersebut, pencitraan perusahaan atau organisasi tidak bisa dibentuk secara kebetulan, artinya citra tidak datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perusahaan dalam usaha membangun citra positif yang diharapkan. Upaya membangun citra tidak bisa dilakukan pada saat tertentu saja, tetapi merupakan suatu proses yang panjang. Karena citra merupakan semua persepsi atau objek yang dibentuk oleh konsumen dengan cara memproses informasi dari berbagai sumber sepanjang waktu. Public relations memiliki posisi yang sangat penting bagi organisasi terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas untuk menciptakan, mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara organisasi dengan masyarakat. Keberadaan public relations dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dan publiknya, dimana PR berfungsi menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik sehingga mendapatkan citra positif organisasi (Kholisoh dan Yenita, 2015).

management dengan cara membantu organisasi dalam merumuskan dan mengkomunikasikan visi, misi, serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada publik. Kedua, Public Relations berperan dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi dan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, media, dan

masyarakat umum. Ketiga, Public Relations juga berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik, dengan cara mendengarkan umpan balik dari publik dan menyampaikan informasi yang relevan dan akurat.

Dalam konteks ini, strategi Public Relations harus dirancang dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti karakteristik audiens, tujuan komunikasi, serta konteks sosial dan budaya yang ada. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan akan lebih efektif dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan.

Selain itu, penting bagi praktisi Public Relations untuk melakukan analisis situasi secara menyeluruh sebelum merumuskan strategi. Hal ini mencakup pemahaman tentang kekuatan dan kelemahan organisasi, peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal, serta tren yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap organisasi. Dengan pendekatan yang sistematis dan terencana, Public Relations dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mencapai tujuan organisasi dan membangun reputasi yang positif di mata publik.

Secara keseluruhan, strategi Public Relations yang baik tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pengelolaan hubungan yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan, sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi organisasi dan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Komunikasi yang efektif memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu organisasi. Tidak hanya menjadi tanggung jawab organisasi secara keseluruhan, tetapi juga merupakan kewajiban setiap individu untuk membangun komunikasi interpersonal yang baik. Humas memiliki peran sentral dalam membangun dan memelihara hubungan yang positif antara organisasi dan masyarakat, yang pada akhirnya dapat menentukan kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Selain itu, kesejahteraan karyawan, baik dalam bentuk materi maupun non-materi, sangat mempengaruhi produktivitas dan kinerja mereka. Program kesejahteraan yang baik akan meningkatkan kondisi fisik dan mental anggota, sehingga mereka dapat bekerja lebih produktif. Organisasi, yang terdiri dari sekelompok orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama, sangat bergantung pada komunikasi yang efektif di setiap tingkatan, mulai dari manajer tingkat atas hingga tingkat bawah. Komunikasi yang baik akan mendukung kelancaran operasional organisasi, memperkuat hubungan internal, dan menciptakan iklim yang mendukung keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan adalah:

1. Peran Humas dalam Organisasi

Humas memiliki peran penting dalam membangun dan memelihara hubungan positif antara organisasi dan masyarakat. Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang terjalin dengan pihak eksternal. Humas tidak hanya sebagai alat komunikasi eksternal, tetapi juga sebagai penghubung yang memastikan hubungan yang harmonis.

2. Pentingnya Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan karyawan berpengaruh langsung terhadap produktivitas mereka. Program kesejahteraan yang baik, seperti tunjangan kesehatan dan pensiun, dapat meningkatkan kondisi fisik dan mental karyawan, yang akan berdampak positif pada kinerja mereka.

3. Komunikasi Efektif sebagai Kunci Keberhasilan

Kemampuan komunikasi yang baik sangat penting dalam organisasi, baik untuk menyampaikan pesan dengan jelas maupun untuk mendengarkan dan memahami orang lain. Komunikasi yang efektif menciptakan hubungan yang lebih baik antar anggota tim dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

4. Peran Komunikasi Dalam Manajemen Konflik

Proses komunikasi yang dimulai dari pengiriman pesan oleh komunikator perlu dikelola dengan baik hingga pesan sampai pada komunikan dan difahami sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh komunikator. Dalam organisasi komunikasi juga berperan sebagai penghubung antara struktur organisasi yang memiliki wewenang, tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda agar dapat berjalan bersama sehingga tercipta harmoni pada kinerja orang-orang yang berada pada masing-masing struktur organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Laksana, A., Irwanto, I., & Arasid, M. I. (2023). Identitas jawara Banten tak lekang dimakan zaman di era globalisasi dan modernisasi (Studi kasus jawara di Desa Terumbu, Kec. Kasemen Kota Serang). *Journal on Education*, 5(3), 7978–7991.
- Deviyanti, D., & Utami, E. (2023). Analisis penerapan prinsip-prinsip human relations dalam komunikasi organisasi pada startup di Indonesia. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 308–326.
- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi kerja sumber daya manusia dalam organisasi: Sebuah tinjauan pustaka. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 29–34.
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan komunikasi internal dan eksternal public relations dalam organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 91–100.
- Gusti, D. P., Azima, F., Saputra, R. G., Ramadhan, R. D., & Laksana, A. (2024). Peran human relations dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif. *Studi Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 36–43.
- Hia, N., Sihombing, M. U. S., & Simamora, N. (2020). Strategi komunikasi public relations dalam komunikasi organisasi. *Jurnal Teknologi Kesehatan dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 2(2), 138–144.
- Laksana, A., & Fajarwati, N. K. (2021). Strategi komunikasi organisasi serikat pekerja nasional PT. Parkland World Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan: Studi kasus di PT. Parkland World Indonesia. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2).
- Mahadi, U. (2021). Komunikasi pendidikan (urgensi komunikasi efektif dalam proses pembelajaran). *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 2(2), 80–90.
- Muhammad, A. (2004). Komunikasi organisasi.
- Nanlohy, A. A., & Siahaan, C. (2021). Peran komunikasi dalam suatu organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 1(2), 104–108.
- Putri, F. A., Bramasta, D., & Hawanti, S. (2020). Studi literatur tentang peningkatan kemampuan berpikir kritis siswa dalam pembelajaran menggunakan model pembelajaran the power of two di SD. *Jurnal Educatio Fkip Unma*, 6(2), 605–610.
- Rondonuwu, S. (2016). Peran public relations terhadap meningkatkan citra perusahaan PT. Trakindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).
- Siregar, F. A., & Usriyah, L. (2021). Peranan komunikasi organisasi dalam manajemen konflik. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 5(2), 163–174.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., & Syamsuriansyah, S. (2021). Komunikasi organisasi.