AUDIT KOMUNIKASI DALAM MEMPERBAIKI KUALITAS INFORMASI PADA PELAKSANAAN PROGRAM M3 DI UNITED AGENCY SB18

Sofyan Sasono Agung
Alumni Prodi Ilmu Komunikasi. FISIP Untag Surabaya
sofyansasonoa@gmail.com
Mohammad Insan Romadhon S.I.Kom, M.Med.Kom
insanconsultant@gmail.com
A.A.I. Prihandari Satvikadewi S.Sos, M.Med.Kom
vika@untag-sby.ac.id

Abstract

This study aims to determine the quality of information on the implementation of the M3 program. The quality of information in the M3 program at United Agency company SB18 as measured through the stages of communication audit according to (Rosli & Burhan,2015), namely: Identifying problems and establishing frameworks, Diagnosis, Planning and conducting audits, Recommendations and Assessments. The stages are measured using aspects of the variable model of the Organizational Communication Profile, namely: Communication climate, Organizational satisfaction, Information dissemination, Information burden, Accuracy of information and Organizational Culture. This research is a descriptive study with a qualitative approach. The method used in this research is a communication audit method that looks at aspects, namely: Communication climate, Organizational satisfaction, Information dissemination, Information burden, Accuracy of information. In the process of collecting data the researchers used interview, observation and documentation. The object of the research was United Agency SB18, The data validity technique was using triangulation of sources. The results showed that in the initial stages of identifying the problems with the quality of information dissemination received by the agent. In the identification process, there are three recommendations given with the approval of public relations, namely: Adding a schedule of activities, adding to the editing process of documentation that is redistributed through the media used and requiring agents to record the message points obtained on the program. In the process of producing five aspects, namely: Climate communication in the form of a program to solve agent problems, Organizational satisfaction in the form of message reception barriers that cause agents to forget, Dissemination of information in the form of intagram and whatsapp media as well as creative content through posters, videos and descriptions that are inviting, Burden information in the form of the strength of information provided four days before the event begins, the accuracy of the information in the form of openness between agents and public relations.

Keywords: Information quality, Communication audit, Public Relations

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas informasi pada pelaksanaan program M3. Kualias informasi dalam program M3 pada perusahaan United Agency SB18 yang diukur melalui tahapan – tahapan audit komunikasi menurut Rosli & Burhan (2015), yaitu : Mengidentifikasi masalah dan pembentukan kerangka kerja, Diagnosis, Perencanaan dan pelaksanaan audit, Rekomendasi dan Penilaian. Tahapan tersebut diukur menggunakan aspek model variabel Profil Komunikasi Organisasi, yaitu : Iklim komunikasi, Kepuasan organisasi, Penyebaran informasi, Beban informasi, Ketepatan informasi dan Budaya oragnisasi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode audit komunikasi yang melihat pada aspek, yakni : Iklim komunikasi, Kepuasan organisasi, Penyebaran informasi, Beban informasi, Ketepatan informasi. Pada proses pengumpulan data peneliti menggunakan cara wawancara,observasi dan dokumentasi. Objek penelitian perusahaan United Agency SB18, Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukan pada tahapan awal identifikasi permasalahan pada kualitas penyebaran informasi yang diterima agen. Pada proses identifikasi menghasikan tiga rekomendasi yang diberikan atas persetujuan *public relations*, yaitu : Penambahan jadwal kegiatan, penambahan proses editing dokumentasi yang disebarkan kembali melalui media yang digunakan dan mewajibkan agen mencatat poin pesan yang didapat pada program. Pada proses tahapan menghasilkan lima aspek, yaitu : Iklim komunikasi berupa program sebagai penyelesaian masalah agen, Kepuasan organisasi berupa hambatan penerimaan pesan yang menyebabkan agen lupa, Penyebaran informasi berupa media intagram dan whatsapp serta konten kreatif lewat poster, video dan diskripsi yang sifatnya mengajak, Beban informasi berupa kekuatan informasi yang disediakan empat hari sebelum acara dimulai, Ketepatan informasi berupa tidak terbukanya antara agen dan *public relations.*

Kata kunci : Kualitas informasi, Audit komunikasi, *Public Relations*

PENDAHULUAN

Dalam suatu organisasi atau perusahaan pastilah terdiri dari sekelompok orang yang saling bekerja sama demi tujuan suatu perusahaan. pada setiap organisasi di dunia pastilah memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai, oleh karena itu diperlukan kerja sama yang baik dan kuat antar individu serta divisi yang terlibat di dalam organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan dari perusahaan, mereka yang terlibat menciptakan sebuah interaksi yang menghasilkan kualitas informasi yang efektif, hal tersebut menjadi faktor penting bagi pencapaian tujuan perusahaan. Sehingga menurut Hardjana (2000:33) penyelenggaraan sistem komunikasi yang efektif merupakan keharusan bagi suatu organisasi. Kualitas informasi dapat mengukur seberapa efektifkah suatu kegiatan komunikasi, hal tersebut dibutuhkan oleh perusahaan dalam menerapkan manajemen komunikasi yang ideal, untuk menunjang kegiatan komunikasi.

Peneliti memilih United Agency SB18 sebagai subyek penelitian karena pada perusahaan ini terdapat sebuah program dalam membangun sistem keagenan yang professional, program tersebut berama M3 atau *Monday Morning*

Motivation. Menurut PR perusahaan program ini muncul akibat dari sistem keagenan yang lemah, sehingga materi dan konsep pada program ini untuk memperkuat sistem keagenan yang profuktif. Program M3 ini dibentuk dari perhatian perusahaan yang menginginkan karyawannya memiliki profesionalitas kerja, program ini berisikan pemecahan masalah, pelatihan dan pengembangan citra diri.

Namun dalam pelaksanaannya agen hanya mendapatakan sebagian pesan yang didapat pada program dan sebagiannya lagi mereka lupa atau tidak mengingat isi pesan. Hal tersebut mengakibatkan proses kegiatan komunikasi pada program M3 memiliki hambatan pada kualitas informasi yang diberikan. Bila melihat dari permasalahan tersebut perusahaan membutuhkan audit komunikasi pada program M3, dengan tujuan dapat memperbaiki kualitas penyebaran informasi yang ada.

Audit komunikasi merupakan suatu intrumen yang digunakan untuk melihat efektivitas sistem komunikasi internal dan eksternal organisasi. Fokus utama audit komunikasi adalah untuk mengevaluasi sistem komunikasi internal yang menekan aspek-aspek berikut seperti penilaian fasilitas informasi yang mengalir dalam organisasi, jalinan hubungan diberbagai tingkat anggota kerja, umpan balik kinerja lingkungan komunikasi dan keterlibatan bawahan dalam proses membuat keputusan (Mohammed & Bungin, 2015:2). Menurut (Mohammed & Bungin, 2015:25-27) menjelaskan bahwa ada lima tahapan yang harus dilakukan dalam audit komunikasi, yaitu : Identifikasi masalah. Diagnosis, Perencanaan dan pelaksanaan audit, Rekomendasi dan Penilaian. Hasil dari tahapan tersebut mencakup model variable profil komunikasi organisasi, yaitu : Iklim komunikasi, Kepuasan informasi, Penyebaran informasi, Beban informasi, Ketetapan informasi dan Budaya organisasi.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan audit komunikasi dalam memperbaiki kualitas informasi, dengan menggunakan tahapan audit komunikasi serta ditinjau dari model profil komunikasi organisasi. Sehingga penelitian dilakukan untuk menjawab rumusan masalah “Audit Komunikasi Dalam Memperbaiki Kualitas Informasi Pada Pelaksanaan Program M3 di United Agency SB18”.

TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui audit komunikasi dalam memperbaiki kualitas informasi pada pelaksanaan program M3 di United Agency SB18. Kemudian manfaat penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi terhadap kajian terkait Audit Komunikasi.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian seperti contoh, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain (Moleong,2004:6). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan United Agency SB18 yang berada di Kota Surabaya. Dimana peneliti melakukan pengamatan langsung pada obyek, terutama pada program yang sedang dilakukan perusahaan. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti didampingi oleh PR perusahaan dengan maksud mempermudah proses penelitian yang dilakukan.

Pada teknik pengumpulan data, peneliti melakukan menggali data dengan menggunakan metode pengumpulan data

dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung dan bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Observasi dilakukan dalam penelitian ini diartikan sebagai proses pengamatan obyek secara langsung dan dekat pada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dokumentasi dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono,2014).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sesuai dengan Miles dan Huberman (Sugiyono,2014:204), yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Teknik keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yang artinya peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber yang lain. Proses triangulasi dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses pengumpulan data, sehingga peneliti merasa yakin bahwa tidak ada lagi perbedaan informasi maupun sesuatu yang pelu dikonfirmasikan kepada informasn (Bungin,2007:p252).

HASIL DAN PEMBAHASAN

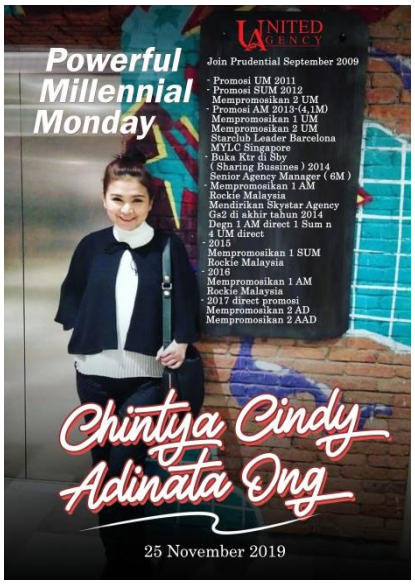
Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti bersama kelima informan, menghasilkan tahapan – tahapan audit komunkasi, dan dimana hasil tahapan tersebut diukur melalui aspek – aspek profil komunikasi organisasi. Peneliti mencoba mendalami informasi yang didapat, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan audit komunikasi dalam memperbaiki kualitas informasi pada pelaksanaan program M3 di United Agency SB18.

Program M3 (*Monday Morning Motivation*)

Kegiatan –kegiatan yang dilakukan secara berulang akan menimbulkan sebuah kebiasaan dan melalui keterbiasaan ini akan membangun sebuah karakter baru dalam membangun citra diri, dalam hal tersebut adalah alasan mengapa PR perusahaan membuat program ini.

Gambar 1. Dokumentasi program M3
Sumber: United Agency SB18 (2019)

Dalam pelaksanaanya program ini dilakukan setiap satu minggu sekali, pada hari senin pagi hari. Informasi tentang program ini dilakukan PR empat hari sebelum acara dimulai dengan tujuan agar agen bisa menyiapkan diri. Penyebaran informasi yang dilakukan PR menggunakan media instagram dan whatsapp grub, yang berisikan konten persuasive berupa poster, video dan diskripsi.



Gambar 2. Poster Kegiatan M3
Sumber: Admin United Agency SB18 (2019)

Setelah informasi tersebar, maka ketika berjalannya program agen diwajibkan menyimak dan memperhatikan setiap poin dari materi atau pesan yang didapat dari program. Namun pada saat program berjalan, sebagian agen kurang memperhatikan dan sebagian lagi mencatat hasil program. Agen yang tidak mencatat akan menyebabkan agen tidak mendapatkan pesan dari program, Tetapi ada juga yang sudah mencatat namun lupa apa yang disampaikan. Dari peserta program yang hadir, ada juga yang tidak hadir dalam acara tersebut sehingga menyebabkan mereka yang tidak hadir dipastikan tidak mendapatkan apa-apa dari program. Hal tersebut yang mendasar peneliti bersama PR melakukan audit komunikasi pada program, sehingga masalah tersebut dapat diperbaiki.

Gambar 3. Kegiatan program M3
Sumber: Admin United Agency SB18 (2019)

Berdasarkan metode audit komunikasi (Rosli&Burhan,2015), perusahaan United Agency SB18 menggunakan profil komunikasi organisasi. Untuk itu perlu adanya kesepakatan dari semua pihak untuk membangun program yang kreatif dan inovasi dalam membangun produktifitas kerja lebih baik.

Agar hal itu tersebut dapat terealisasikan maka perlu adanya riset untuk mengetahui kebutuhan sebuah organisasi yang dapat membantu organisasi tersebut berkembang. Kualitas informasi yang didapat dari riset akan menghasilkan luaran, luaran berfungsi untuk memperbaiki manajemen komunikasi yang kurang. Dalam hal ini kebutuhan akan kualitas penyebaran informasi harus diperhatikan agar kedepannya sebuah organisasi dapat mencapai tujuan dengan mudah.

Hasil audit komunikasi bersama kelima informasan yaitu PR, *Leader*, Agen baru, Agen senior dan Agen berprestasi. Terindikasi bahwa dalam manajemen komunikasi program M3 yang dilakukan oleh PR, terdapat masalah kualitas informasi dalam penyebaran informasi berupa pesan yang dihasilkan dalam program M3 tidak sampai kepada agen.

Diagnosis yang dihasilkan menimbulkan masalah komunikasi akibat dari informasi yang diserap oleh agen melalui program M3 tidak diterima secara lengkap. Akibatnya menimbulkan agen lupa atau tidak ingat hasil pesan yang didapat dari program M3, selain itu pesan yang disampaikan tidak dicatat sepenuhnya oleh agen sehingga poin penting dari program tidak diterima agen. Maka perlu adanya audit komunikasi pada kualitas informasi dalam menyebarkan informasi.

Oleh karena itu, hasil diskusi bersama PR United Agency-SB18 yang dilaksanakan pada Sabtu, 4 Juli 2020 di perusahaan United Agency-SB18. Metode pengumpulan data wawancara mendalam menggunakan dua tahap yaitu secara langsung dan melalui telepon. Pada proses

wawancara mendalam peneliti berfokus kepada tahapan – tahapan audit komunikasi dan hasil tahapan audit yang terdiri dari Iklim Komunikasi, Kepuasan Organisasi, Penyebaran Informasi, Beban informasi, Ketepatan Informasi dan Budaya Organisasi.

Iklim Komunikasi berkaitan dengan perhatian perusahaan terhadap karyawannya, maka dalam hal ini PR United Agency-SB18 memberikan perhatian berupa program M3 yang bisa membantu agen menyelesaikan masalah citra diri yang menjadi hambatan agen dalam melakukan penjualan.

Kepuasan Organisasi berupa persepsi karyawan terhadap kepuasan yang didapat dari perusahaan, maka dalam hal ini PR memberikan kepuasan informasi yang cukup untuk agen. Namun agen tidak merasa puas dengan apa yang didapat dari manajemen informasi yang diberikan perusahaan, sebagai contoh agen terkadang lupa hasil pesan program M3 sebelumnya yang mengakibatkan agen tidak bisa mempraktikan hasil belajar dilapangan. Hambatan tersebut muncul karena agen merasa tidak ada fasilitas informasi yang mendukung agen agar tidak lupa pesan yang didapat.

Penyebaran Informasi berupa persepsi anggota organisasi mengenai jumlah berbagai informasi dalam organisasi yang diterima mereka, maka dalam hal ini PR memberikan metode dalam menyebarkan informasinya yaitu semua informasi yang dibutuhkan agen, disajikan oleh PR secara kreatif yaitu berupa poster, video pendek dan diskripsi yang menarik dan hasil konten tersebut dibagikan melalui media yang PR gunakan yaitu instagram dan whatspapp dan penyebaran informasi tersebut dibagikan empat hari sebelum kegiatan yang akan datang. Artinya PR sudah memberikan informasi yang dibutuhkan agen.

Beban Informasi berupa persepsi anggota organisasi mengenai jumlah informasi yang mencukupi mereka berupa kekurangan dan kelebihan informasi, maka dalam manajemen komunikasi yang dilakukan PR terdapat masalah kualitas informasi dalam penyebaran informasi berupa pesan yang dihasilkan dalam program M3 tidak sampai kepada agen, sedangkan kelebihan nya merujuk pada penyebaran informasi yang dilakukan PR yaitu empat hari sebelum acara dimulai menunjukan konsistennya PR dalam memberikan ruang kepada agen untuk menyiapkan diri dan manajemen waktu sebelum agen memiliki kegiatan lain diluar perusahaan.

Ketepatan Informasi berupa persepsi anggota organisasi mengenai jumlah informasi yang mereka terima atau yang mereka pahami, maka dalam hal ini PR belum terbuka atau transparansi kepada agen, sehingga PR menganggap manajemen komunikasi yang dilakukan tidak ada masalah namun hal tersebut berbeda dari yang sampaikan agen bahwa kebanyakan mereka lupa mengenai jumlah informasi dan pesan yang di dapat dalam program M3, dan mereka juga tidak mencatat hasil poin – poin pesan pada saat program berjalan.

Rekomendasi yang diberikan peeliti yang telah disetujui oleh perusahaan United Agency-SB18 pertama adalah penambahan jadwal kegiatan pada *rundown* acara, penambahan ini berisi mengenai informasi yang akan datang yang akan dibawakan oleh PR yang diberikan secara langsung didepan agen secara tatap mata dan lisan.

Rekomendasi yang diberikan peneliti yang telah disetujui oleh perusahaan United Agency-SB18 kedua adalah penambahan proses olah digital atau edit pada hasil dokumentasi program M3, hasil edit tersebut dijadikan file yang bisa ditonton agen ketika agen tidak

mengikuti berjalanannya program atau ketika agen mengin mengetahui poin poin tamabahan yang belum tercatat sebelumnya. Dimana hasil edit ini bisa dinikmati oleh semua agen.

Rekomendasi yang diberikan peneliti yang telah disetujui oleh perusahaan United Agency-SB18 ketiga adalah mewajibkan agen untuk membawa buku catatan dan mencatat poin – poin yang didapat dari hasil pesan yang disajikan pada program M3.

Penilaian yang dapat dilakukan berdasarkan hasil diskusi bersama PR adalah setelah tiga hari rekomendasi dilaksanakan, peneliti kembali bertemu dengan PR melalui telepon untuk mempertanyakan hasil rekomendasi yang dilaksanakan, untuk mengetahui apakah ada perubahan setelah proses rekomendasi disampaikan, dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada perubahan yang baik atau positif setelah hasil rekomendasi dilaksanakan.

Hasilnya adalah perkembangan yang diharapkan masih belum terlihat, karena waktu proses audit yang begitu dekat. Hasil yang terlihat masih sedikit, contoh hasil yang terlihat yaitu PR merasa lebih dekat dengan agen ketika menyampaikan informasi secara langsung tatap muka dan lisan di depan agen.

Arsip dari hasil dokumentasi yang diolah atau edit kemabali akan di bagikan kea gen melalui media whatsapp, hal tersebut mendapat respon positif berupa agen bisa meilhat kembali hasil pesan dari program M3, dan mencatat kembali poin – poin yang kurang serta memudahkan agen yang tidak ikut program M3 masih bisa menonton melalui hasil dokumentasi yang di edit dan disebarkan oleh PR.

Hasil pencatatan oleh agen dapat membantu agen dalam mempelajari pesa yang disampikan pada program M3. Hasil tersebut didukung juga melalui hasil dokumentasi yang dibagikan, sebagai contoh agen yang mencatat dan mendengarkan lebih mudah menerjemahkan pesan yang didapat dari program M3.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, didapat beberapa kesimpulan yaitu iklim komunikasi yang digunakan PR didapat agen melalui program M3. Kepuasan Organisasi tidak didapat agen sepenuhnya, dikarenakan pesan yang didapat dari program M3 agen tidak ingat atau lupa. Penyebaran Informasi yang digunakan PR hanya media Instagram dan Whatsapp yang diisi dengan konten berupa poster, video ajakan dan diskripsi yang mengajak. Beban Informasi berupa kekurangan dan kelebihan yang diterima agen, pada hal ini kekurangan yang dirasakan agen yaitu penyebaran informasi yang kurang menyebabkan agen lupa, sedangkan kelebihan informasi yang didapat agen yaitu berupa penyebaran informasi yang dilakukan empat hari sebelum acara dimulai, agar agen menyiapkan diri dana memanajemen waktunya. Ketepatan Informasi yang dilakukan tidak transparansi dan keterbukaan, sehingga menyebabkan agen dan perusahaan tidak sejalan. Hasil dari audit komunikasi yang dilakukan, ditemukan bahwa masih belum terlihat jelas perkembangan yang terjadi pada kualitas penyebaran informasi setelah hasil audit.

Dari hasil kesimpulan apa yang dilakukan perusahaan sudah cukup baik, terbukti dari aspek – aspek tersebut program sudah mencakup lima aspek dari enam aspek. Demi mendukung keberlangsungan program lebih baik lagi, peneliti memberikan saran yang telah disetujui oleh pihak perusahaan.

1. Hendaknya antara PR dan agen saling terbuka, keterbukaan tersebut membantu PR dalam membuat program yang tepat sasaran.
2. Diaktifkannya audit komunikasi secara berkala selama satu tahun sekali agar semakin terlihat perkembangan yang dilakukan perusahaan.
3. Hasil catatan agen ketika mencatat hasil pesan pada program M3, hendaknya PR mengumpulkan hasil tersebut agar kedepannya PR lebih memahami kebutuhan agen melalui catatan yang didapat agen.
4. Agar ada proses publikasi dari hasil rekaman kegiatan untuk diolah kembali dengan hasil editing. Yaitu membuat video kegiatan M3 dari awal hingga akhir, dan disimpan dalam bentuk link agar peserta agen yang tidak mengikuti kegiatan M3 masih bisa melihat kegaitan tersebut, hal ini perlu dilakukan dikarenakan semua yang disampaikan dari program M3 tersebut dapat diarsipkan dan suatu saaat jika dibutuhkan, file tersebut masih bisa diakses kembali. Sehingga menjadi solusi dan memudahkan bagi agen yang tidak hadir pada program M3 tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media

Jefkins, Frank.(2004). *Public Relations*. Jakarta : PT.Gelors Aksara Pertama Erlangga

Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Mulyana, D.(2000*). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mohammed, Rosli dan Burhan Bungin.(2015). *Audit Komunikasi: Pendekatan dan Metode Asesmen Sistem Informasi Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: Kencana

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta