

“KOMUNIKASI PERSUASIF HSE (*HEALTH SAFETY AND ENVIRONMENT*) DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN KESELAMATAN KERJA  
PADA PT. DIMAS DRILLINDO  
DURI – RIAU”

**By: Leo Vani Defrianto\***

***Email:***

**Counsellor:**

**Evawani Elysa Lubis, M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya jl. H.R Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293- Telp/Fax.

0761-63277

*ABSTRACT*

Persuasive Communication HSE (Health Safety and Environment) In Improving  
Safety Awareness In PT.Dimas Drillindo Duri – Riau

By: Leo Vani Defrianto

Supervisor: Evawani Elysa Lubis, M.Si

In companies engaged in oil drilling, HSE (Health Safety and Environment) has a very important role, which the HSE is working to control and inform about safety in the work, so that employees understand what danger would threaten him and know how to cope with the work accident. But the fact is work accident still happened particularly in the limited liability company (PT) Dimas Drillindo Duri - Riau. This study aims to determine credibility, message, channel, feedback, securities, environmental and persuasive communication strategies whether can run well in increasing safety awareness in the PT. Dimas Drillindo Duri - Riau.

This study used a qualitative research method. The subjects were employees of PT. Dimas Drillindo consisting of 15 people—selected using the technique purposive. While the data obtained using three data collection techniques, ie observation, interviews, documentation. As well as using the technique of data validity, extension of participation, and the adequacy of reference.

The results showed that persuasive communication HSE (Health Safety and Environment) can increase safety awareness in PT. Dimas Drillindo Duri – Riau by paying attention to the six elements of persuasive communication prior to the HSE made persuasion to employees. HSE in PT. Dimas Drillindo already has credibility, it can be seen by observing the appearance, control issues and has a certificate of K3 in the field of oil and gas—this lead the employees to pay higher attention to them. They creates heart-touching motivational messages, mind the channel in persuading either directly or using the media, and receiving advice from any employee and also look at the effect of persuasion in order to evaluate the the errors in previous persuasion and also be selective to the environment that the persuasion will take place, improper environmental conditions can affect the emotional of employees,

---

\* Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010

such as giving a briefing about safety during the day and with the heat and fatigue conditions, thus making employees irritated and do not listen to what was the HSE said. In addition to the six elements, was also reinforced by the persuasive strategy that consists of three strategies that: The Psychodynamic Strategy, is through the approach by focusing on the emotional and cognitive factors of employees; The Meaning Construction Strategy, is pay attention to the environmental factors that influence employee behaviour; and The Mirror Strategy, is to manipulate a understanding of the mate, fortune and death are things that have been determined Allah and predict the most familiar way of thinking used by employees.

## PENDAHULUAN

Duri adalah salah satu ladang minyak terbesar di kota di Provinsi Riau. Ladang minyak Duri telah di eksploitasi sejak tahun 50-an dan masih berproduksi hingga sekarang yang di olah oleh PT. Chevron Pacific Indonesia (CPI). Bersama Minas dan Rumbai, Duri menyumbang minyak sebanyak 60% produksi minyak mentah Indonesia, dengan rata rata produksi saat ini 400.00 – 500.000 barrel per hari. Minyak mentah yang di hasilkan, meski tidak sebaik lapangan minyak Minas. Karena minyak yang ada di Minas merupakan salah satu minyak dengan kualitas terbaik di dunia, yakni Duri Crude. Pada bulan November 2006, ladang minyak bumi Duri atau *Steam Flood Field*, mencapai rekor produksi 2 milliar barrel sejak pertama kali di eksploitasi pada tahun 1958. Untuk mengangkat minyak itu sendiri Chevron tidak bekerja sendiri, melainkan bekerja sama dengan perusahaan kontraktor, mulai dari kontraktor besar hingga perusahaan kontraktor kecil.

Salah satu kontaktor yang bekerja sama dengan perusahaan Chevron yaitu PT. Dimas Drillindo. PT. Dimas Drillindo adalah Perusah/aan yang bergerak dibidang *Drilling and Work Over*. *Drilling* ialah pekerjaan pengeboran sumur-sumur minyak baru, sedangkan *work over* kerusakan-kerusakan. PT. Dimas Drillindo cabang Duri mulai beroperasi sejak tahun 1985 sampai sekarang dengan menggunakan modal sendiri. Dalam melakukan suatu

kegiatan yang ada di dalam perusahaan pastinya ada resiko yang harus dudah di ketahui oleh karyawan, salah satunya yaitu kecelakaan di dalam bekerja, apalagi bekerja di sebuah perusahaan pengeboran minyak yang tingkat kecelakaan kerjanya sangat tinggi. Dalam perusahaan kontraktor ya/ng bekerja sama dengan PT. Chevron Pasifik Indonesia sepeti PT. Dimas Drillindo, tidak bisa membiarkan sebuah kecelakaan kerja terjadi di dalam perusahaan begitu saja. Karena jika di biarkan kecelakaan kerja tersebut akan membawa dampak negatif kepada perusahaan. Seperti Beberapa dekade belakangan ini karyawan dari berbagai perusahaan sering mengalami kecelakaan kerja baik di kantor maupun dilapangan. Masalah keselamatan dan kesehatan kerja (HSE) secara umum di Indonesia masih sering terabaikan. Hal ini ditunjukkan dengan masih tingginya angka kecelakaan kerja.-

Kecelakaan di tempat kerja merupakan penyebab utama penderitaan perorangan dan penurunan produktivitas. Penyebab kecelakaan sukar diuraikan. Kecelakaan tidak terjadi kebetulan, melainkan ada sebabnya. Oleh karena itu kecelakaan dapat dicegah, asal kita cukup kemauan untuk mencegahnya. Oleh karena itu kecelakaan harus diteliti dan ditemukan, agar untuk selanjutnya dengan usaha usaha koreksi yang ditujukan kepada sebab itu kecelakaan dapat dicegah dan tidak berulang kembali. Suma'mur (1989) membuat

batasan bahwa kecelakaan kerja adalah suatu kecelakaan yang berkaitan dengan hubungan kerja dengan perusahaan. Hubungan kerja disini berarti kecelakaan terjadi karena pekerjaan atau pada waktu melaksanakan pekerjaan. Oleh sebab itu, kecelakaan akibat kerja ini mencakup 2 permasalahan pokok, yakni kecelakaan adalah akibat langsung pekerjaan dan kecelakaan terjadi pada saat pekerjaan sedang dilakukan. Tiap kecelakaan adalah kerugian, kerugian ini terlihat dari adanya dan besarnya biaya kecelakaan. Karena HSE Masih Dianggap Remeh (Pimpinan HSE PT. Dimas Drillindo).

Jumlah Standar keselamatan kerja di PT. Dimas Drillindo termasuk buruk, ini terbukti dari jumlah kecelakaan dalam bekerja 3 tahun terakhir meningkat. Kecelakaan kerja yang tercatat menggambarkan kenyataan di lapangan yang sesungguhnya yaitu tingkat kecelakaan kerja yang lebih tinggi lagi. Tingkat kecelakaan di perusahaan ini sudah masuk dalam kategori mengkhawatirkan, dimana perusahaan ini mempunyai peraturan menekan tingkat kecelakaan kerja serendah – rendahnya, tetapi pada kenyataannya tingkat kecelakaan kerja masih tinggi di lapangan.

Komunikasi Persuasif adalah hal yang perlu dikuasai oleh HSE PT. Dimas Drillindo, dimana fungsi HSE adalah memberitahu kepada karyawan harus menggunakan *safety* di lapangan dan sering mengajak karyawan untuk melakukan *standart safety* di lapangan. Agar para karyawan bisa lebih memperhatikan keselamatan kerja. Dalam hal ini HSE harus mengarahkan kepada semua karyawan agar mereka mau bekerja dengan menggunakan standar keselamatan perusahaan yang telah ditetapkan oleh ISO (*Internasional Organization for Standardization*) / dan

standar kerja yang telah ditetapkan oleh PT. Chevron Pasifik Indonesia. Untuk mencapai semuanya seorang HSE perlu memperdalam teknik komunikasi persuasif yang baik.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Komunikasi Persuasif HSE (*Health Safety and Environment*) Dalam Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Karyawan di PT. Dimas Drillindo Duri - Riau”

### **Tinjauan Tradisi *bajapauik* Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif adalah aspek yang sangat penting dalam mempengaruhi seseorang, menurut Ilardo (Soemirat, dkk:2004:1.20) menegaskan “*persuasion is, in su, an inescapable fact io life*” (persuasi, secara keseluruhan merupakan fakta hidup yang tidak bisa di elakkan”). Akan tetapi komunikasi persuasif bukanlah hal yang mudah, banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar komunikasi mau merubah sikap, pendapat dan perilakunya, diantara faktor-faktor tersebut adalah:

1. Kejelasan tujuan
2. Memikirkan secara cermat orang-orang yang dihadapi
3. Memilih strategi-strategi yang tepat, sehubungan dengan komunikasi. Nothstine (Soemirat, dkk :2004:1.23)

Selain itu pesan merupakan unsur penting komunikasi persuasif, suatu pesan dapat dikatakan efektif jika pesan tersebut berhasil mengubah sikap, pendapat dan perilaku dari sasaran pesan yang bersifat persuasif harus dibuat untuk meyakinkan dari pihak-pihak yang berhubungan dengan kita. Pesan-pesan persuasif yang efektif haruslah dirancang

sedemikian rupa, antara lain dengan fokus pada penerima, sehingga pesan dapat sesuai dengan tujuan. Pada umumnya sikap-sikap individu atau kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen:

1. Kognitif - perilaku dimana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.
2. Afektif - perilaku dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
3. Konatif - perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek (Sobur, 2000:360).

Komunikasi persuasif adalah kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk, kegiatan yang di maksud adalah mempengaruhi sikap emosi komunikasi (*persuadee*). Persuasif adalah mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku kewenangan formal (Elsa, 2008:15)

### **Pengertian Kesehatan dan Keselamatan Kerja**

Menurut Mangkunegara (2002, p.163) Keselamatan dan kesehatan kerja adalah suatu pemikiran dan upaya untuk menjamin keutuhan dan kesempurnaan baik jasmaniah maupun rohaniah tenaga kerja pada khususnya, dan manusia pada umumnya, hasil karya dan budaya untuk menuju masyarakat adil dan makmur.

Menurut Mangkunegara (2002, p.170), bahwa indikator penyebab keselamatan kerja adalah:

- a) Keadaan tempat lingkungan kerja, yang meliputi:
  - 1 Penyusunan dan penyimpanan barang-barang yang berbahaya yang kurang diperhitungkan keamanannya.

- 2 Ruang kerja yang terlalu padat dan sesak
- 3 Pembuangan kotoran dan limbah yang tidak pada tempatnya.

b) Pemakaian peralatan kerja, yang meliputi:

1. Pengaman peralatan kerja yang sudah usang atau rusak.
2. Penggunaan mesin, alat elektronik tanpa pengaman yang baik Pengaturan penerangan.

### **Kerangka Pemikiran**

Dengan baik pandangan persuasif atau sasaran yang akan di persuasif. Ini bisa membuat kesesuaian pemikiran dan perhatian antara persuader dengan persuadee, serta merubah pola pikir yang tertanam agar bisa Dalam penelitian ini, Penulis menyusun sebuah kerangka pemikiran mengenai konsepsi tahap – tahap penelitian secara teoritis, Kerangka teoritis di buat berupa sekema sederhana yang menggambarkan secara tingkat proses pemecahan masalah yang dikemukakan dalam peneliti.

Seorang pimpinan *Health Safety and Environment* di PT. Dimas Drillindo yang mempunyai tanggung jawab untuk menyelesaikan masalah incident, baik itu incident yang ada di dalam kantor maupun di luar kantor seperti di lapangan. Dalam hal ini sebagai orang yang bertanggung jawab untuk menangani incident yang terjadi pada karyawan, maka seorang *Health Safety and Environment* harus berusaha untuk mengidentifikasi kecelakaan kerja yang terjadi dan menyelesaikan hingga tidak terulang kembali.

Oleh karena itu, perlu ada pendekatan kepada karyawan untuk mempersuasif, karena dengan mempersuasif pesan yang di sampaikan seorang *Health Safety and*

*Environment* bisa di terima oleh karyawan. Pesan yang di sampaikan bisa verbal dan non verbal tergantung pada situasi dan kondisi di lapangan.

Maka dari itu juga, Seorang *Health Safety and Environment* harus memahami dan teliti dalam membuat suatu pesan persuasive, agar karyawan bisa menerima pesan tersebut dengan baik. Hali ini dapat di jelaskan pada model sistematis – heuristic (Chaiken, Liberman, dan Eagly, 1989) yang memprediksikan dua cara pemrosesan pesan - pesan persuasive yaitu sistematis dan heuristik. Pemrosesan Sistematis merefleksikan pengamatan yang hati – hati, analitis, dan sungguh – sungguh terhadap pesan. Orang harus di motivasi untuk mempraktekkan pemrosesan sistematis, dan ini sebaliknya dapat di pengaruhi oleh variable – variable situasi seperti tekanan waktu atau kurangnya keahlian dalam bidang tertentu. Pemrosesan Heuristik adalah cara yang lebih sederhana yang menggunakan aturan – aturan atau skema prediksi untuk membentuk penilaian atau membuat keputusan. Contoh – Contoh aturan yang mungkin dapat membantu pengambilan keputusan adalah “pernyataan – pernyataan para pakar yang dapat di percaya,” “orang – orang menarik yang popular,” dan “tindakan – tindakan orang yang merefleksikan sikap mereka” (J, Wener dan W, James, 2005:205).

#### **METODE PENELITIAN**

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode kualitatif dengan penyaian analisis secara deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau dari cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan

masyarakat, sejarah, tingkah laku, atau hubungan kekerabatan dalam (Arifin, 2006:30).

Dan yang menjadi objek pada penelitian ini adalah strategi komunikasi persuasif HSE (*Health Safety and Environment*) dalam meningkatkan kesadaran keselamatan kerja pada PT.Dimas Drillindo Duri – Riau.

Pengambilan sample dalam penelitian ini di tetapkan secara *purposive sampling*, yaitu memilih criteria informan berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian yang di gunakan peneliti dimana persyaratan yang di buat sebagai criteria yang harus di penuhi informan. Jadi yang menjadi dasar pertimbangan dijadikan dijadikan informan ditentukan sendiri oleh peneliti (Subagyo, 2004:31-32).

Karyawan yang bekerja di PT. Dimas Drillindo yang akan menjadi informan berjumlah 15 orang yaitu berdasarkan pengalaman, jabatan dan lamanya bekerja di PT.Dimas Drillindo Duri – Riau. Serta untuk memperkuat penelitian ini pimpinan dari HSE (*Health Safety and Environmet*) untuk menjadi informan penguat data.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bagian inti dari sebuah penelitian, dimana pada bagian inilah semua hasil observasi dan wawancara akan diuraikan secara jelas sesuai dengan pokok permasalahan yang di angkat oleh peneliti. Sejalan dengan hal tersebut di atas, pada kesempatan ini penulis juga akan menguraikan dan memaparkan se jelas mungkin mengenai hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan yang didasarkan pada pokok permasalahan seperti yang telah dirumuskan mengenai komunikasi persuasif hse (*health safety and environment*) dalam meningkatkan

kesadaran keselamatan kerja pada pt. dimas drillindo duri – riau.

Pada dasarnya HSE (*Health Safety and Environment*) harus mengetahui kredibilitas dari komunikator itu sendiri sebelum melakukan komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran keselamatan kerja pada karyawan. Adapun kredibilitas komunikator dalam melakukan komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran keselamatan kerja karyawan pada PT.Dimas Drillindo Duri – Riau antara lain sebagai berikut.

### **Kredibilitas Sumber Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Health Safety and Environment*) untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja pada PT.Dimas Drillindo**

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh menyimpulkan HSE (*health safety and environment*) sudah melakukan tugasnya dengan baik, memperhatikan penampilan agar menarik dan menguasai bahasa yang di kuasai karyawan sesuai dengan pengertian yang di kemukakan oleh Aronson, Smith, Maddux dan Rogres (dalam Soemirat, 2007:4.2) bahwa modal utama bagi calon *persuader* adalah kredibilitas dan harus memperhatikan penampilan, penguasaan masalah dan penguasaan bahasa, namun HSE belum mampu merangkai kata – kata yang baru setiap kali pertemuan tentang *safety* di lapangan sehingga karyawan bosan dengan kata – kata itu saja.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang komunikator, menurut Mar'at dalam (Soemirat, 2007:4.2) menjelaskan bahwa yang dimaksud kredibilitas adalah bagaimana seorang komunikator ulung dinilai dan di percaya oleh individu yang menerima komunikasi (hal ini berlaku pada bidang-bidang tertentu). Sedangkan *persuadee* adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan di salurkan oleh *persuader* baik secara verbal maupun nonverbal. Dari pernyataan di atas dapat di lihat bahwa HSE tidak bisa di katakana komunikator ulung karena dinilai

belum bisa di percaya oleh karyawan dan pesan yang di sampaikan tidak sampai kepada karyawan karena dinilai dari karyawan yang bosan dengan perkataan dari hse tersebut.

### **Pesan Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Health Safety and Environment*) untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Pada PT.Dimas Drillindo**

Pesan yang di sampaikan oleh HSE (*Health Safety and Environment*) haruslah dapat membentuk tanggapan dan dapat memberikan ide ide baru dalam penyampaian pesan ke pada karyawan agar pesan persuasive yang disampaikan kepada karyawan dapat di realisasikan atau di lakukan oleh karyawan di dalam bekerja.

Dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti di lapangan bahwa HSE (*Health Safety and Environment*) berusaha memberikan kata – kata yang mudah melekat di pikiran target, pemberian makna ini merupakan pengekspresian yang dapat melekatkan citra positif dalam citra komunikasinya. Pemberian makna ini bertujuan menanamkan suatu makna dalam pikiran khalayak terutama target sasaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh, dengan pemberian makna seperti hasil wawancara di atas, tidak hanya pengekspresikan saja, akan tetapi merupakan salah satu cara yang tidak langsung ditanamkan dalam pikiran karyawan, usaha penyebutan pengharapan seperti apabila patuh dalam bekerja akan diberikan point untuk rekomendasi kenaikan jabatan dan jaminan kesehatan yang bagus. Dapat memotivasi karyawan dalam memaknai pentingnya *safety*, mau belajar, bertindak dan dapat membentuk perilaku sesuai yang diinginkan *persuader*.

Hal yang di dapat peneliti cocok dengan apa yang di sampaikan oleh Tubbs dan Moss (Dalam Soemirat, 2007:5.2) menjelaskan bahwa;

“Dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dapat di sengaja (intentional) maupun tidak di sengaja (unintentional). Oleh karena itu, jenis pesan yang muncul dapat berupa: verbal di sengaja, verbal tidak di sengaja, nonverbal di sengaja, nonverbal tidak di sengaja.”

Jadi pesan yang di sampaikan bersifat tidak langsung di tanamkan oleh hse kepada karyawan sehingga pesan yang di sampaikan hse menjadi motivasi dalam bekerja oleh setiap karyawan, hal yang tidak di sengaja itu dapat membentuk tanggapan, penguatan tanggapan dan perubahan tangaapan seperti yang di jelaskan oleh Soemirat.

#### **Saluran Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Healt Safety and Environment*) untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Pada PT.Dimas Drillindo**

Saluran yang di gunakan oleh HSE (*Healt Safety and Environment*) adalah berupa pamphlet, baliho dan secara langsung tatap muka dalam mempersuasif karyawan yang ada di lapangan atau di kantor, di dalam saluran persuasif yang di buat dan dilakukan oleh HSE (*Healt Safety and Environment*) berupa ajakan dan himbauan agar setiap karyawan yang melihat adanya bahaya yang selalu mengintai seetiap karyawan di dalam bekerja lapangan maupun di kantor.

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh bahwa HSE (*healt safety and environmet*) sudah melakukan persuasif secara langsung dan menggunakan media seperti baliho dan pamphlet yang berisi kata – kata yang dapat menyentuh hati karyawan yang melihatnya dan meletakkan baliho dan pamphlet di tempat tempat yang sangat strategis seperti di kantin, di kantor dan di dekat RIQ sehingga karyawan dapat sering melihatnya. Hal ini sesuai dengan yang di sampaikan oleh Rao (dalam Soemirat, dkk, 2007:6.2) menjelaskan bahwa;

“Saluran komunikasi merupakan jaringan yang efektif yang menghubungkan sumber dan penerima dalam struktur komunikasi, dimana pesan mengalir. Saluran merangkai sumber dan penerima, yang memungkinkan keduanya berkomunikasi. Saluran merupakan konsep yang banyak di gunakan, karena dapat berkaitan dengan konsep yang lainnya, yakni sumber, penerima dan pesan.”

Adapun ciri-ciri saluran komunikasi yaitu: a) Saluran merupakan sejenis kumpulan energi, dan disebut medium, b) Saluran membawa kumpulan energi tertentu, c) Saluran merupakan rangkaian mekanisme atau kaitan antara unit-unit yang berpartisipasi dalam komunikasi (Soemirat, dkk, 2007:6.2).

Akan tetapi saluran yang paling efektif di gunakan di lapangan yaitu secara tatap muka langsung, karena keadaan di lapangan yang tidak memungkinkan untuk menggunakan saluran media elektronic dan baliho, dimana keadaan di lapangan sangat tidak cocok memasang baliho atau media lainnya yg dikarenakan bertempat di hutan dan kebanyakan

kondisi tanah adalah lumpur. Jadi saluran merupakan perantara, di antara orang-orang yang berkomunikasi dan bentuk saluran tergantung dari jenis komunikasi yang digunakan, saluran juga faktor penentu keberhasilan komunikasi yang menghubungkan sumber dan penerima.

### **Umpan Balik Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Health Safety and Environment*) Untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Pada PT.Dimas Drillindo**

Umpan balik juga salah satu unsur komunikasi persuasif, umpan balik atau *feedback* adalah balasan atas perilaku yang anda buat, Luft dalam (Soemirat, dkk, 2007:2.38). Sedangkan menurut Sastropoetra (dalam Soemirat, dkk, 2007:2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri, umpan balik terdiri dari umpan balik umpan balik *internal* dan umpan balik *eksternal* atau inferensial.

Dengan adanya umpan balik komunikasi yang dilakukan berjalan dengan baik, karena komunikasi yang dilakukan dua arah dan juga dapat saling mengerti keinginan dari hse ataupun dari pihak karyawan itu sendiri sesuai dengan pernyataan Sastropoetra (dalam Soemirat, dkk, 2007:2.38).

### **Efek Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Health Safety and Environment*) Untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Pada PT.Dimas Drillindo**

Efek adalah hal yang paling ditunggu oleh HSE (*Health Safety and Environment*) dimana dengan melihat efek tersebut HSE dapat mengetahui berhasil atau tidak persuasif yang dilakukan selama ini, dengan adanya efek HSE (*Health Safety and Environment*) dapat mengoreksikan dimana kesalahan

dan persuasive apa yang akan dilakukan kembali.

Dari hasil pengamatan dan wawancara di lapangan menurut peneliti melihat bahwa ada sebagian karyawan yang memiliki efek negatif dan efek positif. Efek negatifnya yaitu masih banyak karyawan yang tetap tidak patuh terhadap perusahaan dan sering melanggar peraturan *safety* di lapangan seperti merokok di tempat yang dilarang dan membuka helm saat di bawah RIQ, efek positifnya yaitu karyawan setelah sadar akan pentingnya *safety* di lapangan juga mengajak teman terdekatnya untuk patuhi peraturan perusahaan dan peduli terhadap keselamatannya di lapangan, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Sastropoetra (dalam soemirat, dkk, 2007:2.39) yang terdapat di dalam model psikodinamik, yang mana Model Psikodinamika adalah Proses komunikasi persuasif ini didasarkan pada teori-teori perbedaan individu dalam pengaruh komunikasi, menurut teori perbedaan individu, setiap individu memiliki motivasi dan pengalaman yang berbeda. Perbedaan tersebut disebabkan oleh pengalaman belajar yang berbeda pula, adanya perbedaan tersebut menyebabkan terbentuknya kepribadian yang unik dan bersifat individual.

### **Lingkungan Dalam Komunikasi Persuasif oleh HSE (*Health Safety and Environment*) Untuk Meningkatkan Kesadaran Keselamatan Kerja Pada PT.Dimas Drillindo**

Dari hasil pengamatan dan wawancara di lapangan bahwa faktor lingkungan juga tidak bisa diabaikan sebelum membujuk target, karena lingkungan dan cuaca di lapangan sangat berpengaruh terhadap suasana hati seseorang, apabila kita mempersuasif dalam kondisi yang tidak tepat dan suasana hati yg tidak bagus, maka akan

percuma karena bukanya kariawan mendengar tetapi kariawan justru jengkel dengan banyak omongan. Jadi atmosfer di lingkungan itu sendiri sangat berpengaruh terhadap emosional dari karyawan itu sendiri.

Seperti pendapat yang di kemukakan oleh Simons (dalam Soemirat, dkk, 2007:2.42). Bahwa Lingkungan merupakan unsur komunikasi persuasif yang terakhir, lingkungan atau “*athmosphere*” komunikasi persuasif merupakan konteks situasional (*Situational Context*) untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik dimana tindakan komunikasi persuasif itu sendiri. Faktor kontekstual demikian membuat pembicaraan dan respon pelaku komunikasi persuasif dapat dipahami dan merupakan rangsangan pesan untuk memperoleh kebenaran

### **Strategi Komunikasi Persuasif HSE (*Healt Safety and Environment*) PT.Dimas Drillindo**

HSE (*Healt Safety and Environment*) berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka dibutuhkan strategi komunikasi persuasif, dengan strategi komunikasi persuasif yang digunakan dapat meningkatkan kesadaran keselamatan kerja pada karyawan. Komunikasi persuasif merupakan usaha untuk membujuk atau mempengaruhi publiknya terutama sasaran mengenai keselamatan karyawan PT.Dimas Drillindo Duri - Riau.

Empat strategi komunikasi persuasif yang dilakukan HSE (*Healt Safety and Environment*) dalam membujuk target agar selalu mengutamakan keselamatan dalam bekerja di PT.Dimas Drillindo Duri - Riau.

tiga strategi komunikasi persuasif yang dilakukan HSE (*Healt Safety and Environment*) dalam membujuk target agar selalu mengutamakan keselamatan dalam bekerja di PT.Dimas Drillindo Duri - Riau.

### **Strategi Psikodinamika**

Pada strategi ini HSE (*Healt Safety and Environment*) sebagai *persuader* mempengaruhi target dengan memusatkan pada faktor emosional dan kognitif target, dimana seorang HSE (*Healt Safety and Environment*) sebelum mempengaruhi akan menyentuh perasaan target melalui pemberian perhatian tentang apa yang diinginkan dan diimpikan target, mendekati target sampai mereka nyaman. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Purnawan (2005:77) bahwa syarat persuasi yang paling pokok adalah keakraban, *persuader* ulung menciptakan keagraban terlebih dahulu, karena dengan demikian kendali ada padanya. Dalam komunikasi orang yang berhasil menciptakan keakraban akan berada di depan orang lain, ia akan lebih memegang kendali. Namun kemampuan untuk menciptakan keakraban juga berbeda-beda karena setiap orang mempunyai watak yang berbeda-beda.

Jadi jelaslah bahwa sistem kognitif setiap target terdiri dari sejumlah perbedaan, dengan mengklasifikasikan pengalaman dan pengetahuan kedalam kategori-kategori sehingga target memberikan makna terhadap pengalaman dan pengetahuan tersebut. Kompleksitas kognitif memainkan peran yang sangat penting karena setiap orang atau individu memahami pengalamannya dengan mengelompokkan peristiwa – peristiwa yang di alami.

### **Strategi Persuasif Sosiokultural**

Berdasarkan yang peneliti lihat dilapangan, tujuan mendekati orang – orang yang berpengaruh terhadap perilaku seorang target selain mempermudah persuasif terhadap target yang telah ditetapkan, juga sekaligus mempengaruhi orang – orang yang dekat dengan target agar mau *safety* di lapangan. Jadi disini *HSE* yang berperan sebagai *persuader* memanfaatkan situasi dan kondosi. Maksudnya adalah dengan memperhatikan faktor lingkungan dan mengetahui siapa yang berpengaruh terhadap perilaku target hal ini juga bermanfaat untuk menambah daftar nama yang akan menjadi sasaran.

### **Strategi *The Meaning Construction***

Pada strategi ini *HSE* berusaha memanipulasi suatu pengertian mengenai *Safety* dalam kerja, hal ini didasarkan faktor bahwa kebanyakan target belajar untuk menerima pengertian melalui simbol-simbol, untuk berbagai kejadian di alam dan untuk hubungan sosial mereka yang rumit, selanjutnya tulisan membawa kesempatan baru bagi tambahan pengertian target dan pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku.

Menurut peneliti dengan pemberian makna seperti hasil wawancara diatas, tidak hanya pengekspresian saja, akan tetapi merupakan salah satu strategi yang secara tidak langsung sengaja ditanamkan dalam pikiran masyarakat khususnya target yang telah ditetapkan, usaha penyebutan kata-kata dan istilah tersebut agar target bisa memaknai, mau belajar, bertindak dan dapat membentuk perilaku sesuai yang diinginkan *persuader*.

### **Strategi *Mirror***

Proses *systematic* merupakan proses yang tidak gampang, tidak semua target menggunakan cara berfikir seperti

ini, cara berfikir ini sangat tergantung pada kepribadian atau bawaan target dari lahir dan juga dipengaruhi situasi pada waktu itu. Kebanyakan target yang menggunakan pemikiran seperti ini apabila target seorang yang kritis dan tuntutan dari profesinya, seperti: akuntan, dosen dan lain-lain

Sebaliknya ada juga ditemui sasaran atau target yang berfikir *heuristic* yaitu cara berfikir target secara sederhana, lemah dalam mengikat pikiran target, target yang sedang berfikir *heuristic* mudah dipengaruhi, mudah goyah dan mau meninggalkan keyakinan yang sudah lama dibangun. Apabila sasaran dalam proses berfikir seperti ini *persuader* dalam mempersuasi diperlukan banyak *cues* atau isyarat dalam artian untuk mendukung pesan persuasi ditambah dengan cerita-cerita, pengalaman, pujian dan hal lain yang menyenangkan.

Agar strategi komunikasi persuasif dapat terlaksana dengan baik tidak terlepas dari 3 teknik komunikasi persuasif, teknik membantu *persuader* agar lebih jeli dalam menghadapi target dan ketiga teknik dibawah ini merupakan teknik yang digunakan *HSE* dalam mempengaruhi target. Adapun ketiga teknik tersebut yaitu;

#### *1. The Yes Respons Techniqui*

Disini *persuader* mengarahkan target untuk membentuk suatu pendapat, sikap dan perilaku melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan terlebih dahulu dan pertanyaan tersebut berupaya agar target menjawab “ya”. Pertanyaan tersebut disusun dan diajukan sebaik mungkin sehingga tidak ada kemungkinan target untuk menjawab “tidak”. Setelah target menjawab “ya”, diupayakan lagi agar target mau menepati janji mereka.

Berdasarkan yang peneliti lihat di lapangan, apabila seorang *HSE* menanyakan kepada target “apakah anda ingin selamat dalam bekerja?”, jika dijawab “ya” maka hal yang dilakukan *HSE* selanjutnya adalah dengan menjelaskan fungsi keselamatan kerja tersebut, dan apabila ditanyakan lagi “apakah anda ingin jabatan?”, maka yang dijelaskan tentang keuntungan keselamatan kerja “apakah anda ingin mendapat bonus?” dan di jawab “ya” oleh target.

## 2. *Getting Partial Commitment*

Dari hasil wawancara, usaha memberikan pengarahan tentang penggunaan alat *safety* yang baik belum tentu langsung berhasil, ini adalah salah satu cara seorang *HSE* untuk menarik perhatian dan melihat kesungguhannya kepada target, maka dengan mudah mengajak target untuk melakukan apa yang diinginkan *HSE*. Sedangkan, menurut peneliti teknik dengan pemberian alat alat *safety* secara gratis merupakan hal yang tidak perlu dilakukan secara terus – menerus, sebab yang peneliti lihat dilapangan kebanyakan target setelah diberikan secara gratis mereka tetap tidak juga sadar akan penggunaan alat *safety* di lapangan.

## 3. *Comparizon*

Menurut peneliti teknik membandingkan ini bertujuan mempengaruhi target agar terdorong untuk melakukan hal yang sama dilakukan oleh karyawan berprestasilainya yaitu patuh SOP dan sadar atas keselamatan dalam bekerja. Yaitu dengan mengugah perhatian dan semangat mereka dan “kenapa orang mau patuh dan sadar akan keselamatan dalam bekerja?” bahkan manager yang tidak selalu kelapangan, punya jabatan yang tinggi sekalipun tetap selalu

mengutamakan keselamatan dalam bekerja. Maka perbandingan-perbandingan seperti tersebut yang harus dilakukan *persuader* kepada target agar target mau melakukan apa yang diinginkan perusahaan.

Berdasarkan dari 4 strategi dan 3 teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh *HSE* dan karyawan berprestasi melalui hasil observasi partisipan yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa *HSE* dan karyawan lain belum seutuhnya berhasil memberi pengaruh kepada target dengan strategi dan teknik tersebut untuk meningkatkan kesadaran keselamatan kerja dan setelah melihat strategi dan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan *HSE*, kita juga dapat melihat 8 langkah atau hal-hal yang harus dimiliki dan dikuasai *HSE* dan karyawan lainnya yaitu sebagai berikut:

### a. Kesiapan Untuk Melakukan Persuasif

Berdasarkan analisis peneliti, dapat disimpulkan bahwa seorang *persuader* sebelum mempengaruhi target terlebih dahulu harus mempunyai pengetahuan tentang *HSE* dan komunikasi yang baik, Kesiapan ilmu, pengetahuan dan wawasan merupakan hal yang paling penting yaitu melalui belajar kepada orang yang lebih mengatahuiinya, tanpa belajar ilmu seseorang tidak akan bertambah.

### b. Identifikasi Sasaran atau Target

Seorang target walaupun sudah menerima informasi dari *persuader* berupa pesan pesan yang mempengaruhi, namun sikapnya belum tentu berubah. Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor kepribadian dan pengalaman masa lalu yang dimiliki target.

### c. Memiliki Kesungguhan

Berdasarkan analisa peneliti kesungguhan sangat dibutuhkan dalam mengarahkan seseorang untuk mau

melakukan apa yang kita inginkan. Untuk menimbulkan kesadaran tiap karyawan akan *safety* kerja tidaklah mudah, tidak sedikit rintangan yang harus dihadapi, dan kegagalan yang sering membayangi menjadi suatu hambatan yang menghiasi perjalanan menuju keinginan seorang HSE. Dalam menjalankan pekerjaan diperlukan perjuangan dan kesungguhan. Orang yang berhasil meraih kesuksesan hanyalah orang – orang yang memiliki keyakinan yang kuat, konsisten, selalu bersungguh – sungguh dalam menjalankan pekerjaannya dan pantang menyerah dengan kegagalan yang dihadapi. Dengan adanya kegagalan, seseorang dapat belajar tentang banyak hal.

#### d. Memiliki kepercayaan

Berdasarkan hasil wawancara dan yang peneliti lihat di lapangan, kepercayaan adalah hal yang sangat penting untuk menarik target baru dan membangun kepercayaan seharusnya menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi persuasif HSE. Target tidak akan menanggapi dan tidak akan mau melakukan apa yang di inginkan *persuader* jika target ragu akan kejujuran HSE. Sebelum melakukan apa yang di inginkan *persuader*, target harus percaya bahwa melakukan peraturan dan *safety* di lapangan. Apakah HSE membantu membangun kepercayaan yang dibutuhkan untuk meyakinkan target agar mau melakukan apa yang di inginkan *persuader* atau tidak.

#### e. Memiliki Keramahan

Berdasarkan analisis peneliti keramahan adalah hal yang tidak diabaikan oleh setiap karyawan, tidak hanya keramahan akan tetapi juga menonjolkan sikap kekeluargaan dan melihat kesopanan. Karena seorang yang ramah dalam bekerja pasti juga

lebih banyak memiliki relasi atau teman yang mempercayainya. Sehingga bisa saja menyadarkan teman tersebut tentang pentingnya menggunakan *safety* di lapangan.

#### f. Memiliki Ketenangan

Dengan sikap tenang akan timbul kesan bahwa *persuader* merupakan orang yang berpengalaman, serta menguasai materi yang akan disampaikan, hal tersebut akan lebih baik jika *persuader* mampu menjawab pertanyaan target dengan tepat dan tenang.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan informan bersikap tenang, ketenangan mencerminkan kesopanan. Seseorang yang tenang akan kelihatan lebih siap terhadap apa yang akan mereka sampaikan. Akan tetapi menurut yang peneliti lihat di lapangan tidak semua *persuader* bersikap tenang ketika menghadapi target, hal ini disebabkan karena tidak semua target bersikap sesuai yang diinginkan *persuader*, sehingga menimbulkan kegelisahan dan ketidakpercayaan diri.

#### b. Menampilkan Kesederhanaan

Menurut hasil wawancara di atas, salah satu hal yang harus dimiliki *persuader* dengan menampilkan kesederhanaan. Kesederhanaan salah satu kunci untuk menarik perhatian target, sederhana dalam berpenampilan maupun sikap membuat fokus, sederhana membuat hidup lebih *simple*, hidup lebih seimbang, sederhana membuat tindakan lebih efektif dan efisien dan sederhana membuat orang-orang (target) lebih dekat dengan *member* yang mempersuasif mereka

#### a. Pembinaan jaringan

Pembinaan jaringan merupakan langkah selanjutnya yang dilakukan PT. Dimas Drillindo, kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yaitu membina

setiap karyawan melalui program-program pelatihan dan kegiatan *home sharing* yang waktunya ditentukan atas kesepakatan perusahaan..

Jadi jelaslah kedelapan langkah strategi komunikasi diatas merupakan cara untuk pencapaian strategi-strategi komunikasi persuasif itu sendiri. Strategi komunikasi persuasif yang digunakan dalam meningkatkan kesadaran keselamatan dalam bekerja. Kedelapan langkah strategi tersebut adalah hal yang harus dikuasai dan dimiliki HSE termasuk karyawan yang lainnya, yang digunakan dalam strategi dan teknik komunikasi persuasif untuk mempengaruhi target. Disini HSE melaksanakan semua strategi komunikasi persuasif yang telah diuraikan sebelumnya. Dengan adanya strategi dan teknik komunikasi persuasif maka HSE dapat bekerja dengan baik dan dapat cepat menyadarkan setiap karyawan tentang keharusan menggunakan *safety*.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan secara wawancara observasi, dan keikutsertaan, maka dapat di simpulkan beberapa hal sebagai berikut;

1. Kredibilitas HSE (*Healt Safety and Environment*) untuk meningkatkan kesadaran keselamatan kerja karyawan di PT.Dimas Drillindo Duri – Riau masih memperhatikan penampilan, penguasaan masalah,dan mempunyai sertifikat dalam bidang safety kerja, penguasaan bahasa dan juga memperhatikan etos komunikator dan sikap komunikator sebelum melakukan persuasif.
2. Pesan yang di lakukan HSE (*Healt Safety and Environment*) PT. Dimas Drillindo Duri – Riau sebelum mempersuasif lebih memperhatikan

penyampaian pesanya secara langsung / lisan dan juga pesan yang disampaikan berupa informative, persuasif, koersif, umum, jelas dan gambling serta bahasa yang di lakukan sesuai dengan keinginan komunikasi.

3. Saluran yang di gunakan HSE (*Healt Safety and Environment*) PT. Dimas Drillindo Duri – Riau dilakukan secara langsung dan untuk memperkuat komunikasi HSE melakukan persuasif menggunakan media massa seperti pamphlet untuk memperkuat persuasive yang di lakukan secara langsung
4. Dari komunikasi persuasif yang di lakukan HSE (*Healt Safety and Environment*) PT. Dimas Drillindo Duri Riau memiliki umpan balik dari komunikasi yang di lakukan berupa tanggapan dan saran yang di sampaikan oleh karyawan.
5. Efek dari persuasif yang di lakukan HSE (*Healt Safety and Environment*) PT.Dimas Drillindo Duri – Riau berupa bantahan dan saran tersebut di manfaatkan oleh HSE untuk pembelajaran dan koreksi untuk mempersuasif berikutnya.
6. HSE (*Healt Safety and Environment*) PT. Dimas Drillindo lebih melihat kondisi di lingkungan atau lapangan untuk melakukan persuasif karyawan, karena keadaan di lapangan sangat berpengaruh terhadap suasana hati kariawan tersebut.apabila keadaan di lapangan tidak mendukung maka pesan yang akan di sampaikan tidak akan bisa di terima dalam fikiran kariawan.
7. Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran keselamatan kerja pada karyawan PT.Dimas Drillindo Duri – Riau adalah strategi *psikodinamika*, strategi *persuasive*

*sosiokultural, the meaning construction* dan strategi *mirror*, sedangkan teknik yang di gunakan adalah *the yes respons technique, getting partical commitmen* dan *comparizon*. Keempat strategi dan ketiga teknik tersebut tidak seutuhnya berhasil di gunakan untuk mempengaruhi khalayak sasaran atau target untuk meningkatkan kesadaran keselamatan kerja di lapangan. Oleh sebab itu, ada hal – hal yang perlu di perhatikan dan dimiliki HSE dan karyawan di PT.Dimas Drillindo yaitu kesiapan melakukan persuasive, identifikasi sasaran, kesungguhan, kepercayaan, keramahan, ketenangan, kesederhanaan, dan pembinaan

## 6.2 Saran

Saran peneliti bahwa seorang HSE (*Health Safety and Environment*) harus menguasai teknik komunikasi persuasif yang baik dan dapat membuka diri kepada setiap karyawan untuk mengetahui apa yang diinginkan karyawan dan lebih memlihat kondisi lingkungan sebelum mempersuasif kariawan, dengan memberikan suatu tempat yang nyaman dan lebih mempersuasif di pagi hari , agar karyawan tidak ada batasan dan kecemburuan sosial di dalam bekerja, dengan begitu HSE (*Health Safety and Environment*) dapat mempersuasif dan merangkul karyawan dengan unsur kenyamanan di berikan oleh HSE (*Health Safety and Environment*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Khadafi Syarata. 2010. *Piawai Berbicara Hebat*. Ujung Pandang: Hasanudin University Press
- Arifin Jaenal dan Syamsir Salam. 2006. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Abede, Preno Sam. 2002. *Buku Kuliah Komunikasi : Pengantar dan Praktek*. Surabaya : Papyrus
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fadjarani, dkk. 2005. *Komunikasi pemberdayaan*. Yogyakarta: Program Study Ilmu Komunikasi STPMD APMD PRESS
- Elsa, Fiona Dent, dan Mike, Brent. 2008. *Latihan Singkat Tangkas Mempengaruhi dan Berkomunikasi Efektif*. Jakarta:Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung: Remaja Rodaskarya.
- Miles and Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Remaja Rodaskarya.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suau Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nawawi, Hadari, dkk. 2004. *Kepemimpinan Yang Efektif*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Nuraini, Hj. T. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru : Yayasan Aini Syam
- Onong Ichjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, CV. Remaja Karya, Bandung
- Patilima, Hamid. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Afbeta
- Purnawan. 2002. *Dynamic Persuasion: Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnotis*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sobour, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soejono Trimono, *Analisis Kepemimpinan* Angkasa Bandung. 1986
- Soekanto, Soerjono. 1983. *Teori Sosiologi Tentan Perubahan Sosial*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Soemirat, Soleh, Hidayat Satari, dan Asep Suryana. 2007. SKOM 4326 Komunikasi Persuasif. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soewarno Handaya Ningrat. *Pengantar Ilmu Studi Dan Manajemen*. CV Haji Masagung, Jakarta, 1980, hal 94
- Sukandar Rumaidi. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Sukanto Reksodipirojo. *Organisasi perusahaan*, Edisi 11, BPFE, Yogyakarta, 1986, hal 176
- Suprpto, Tommy. 2008. *Teknik Jitu Persuasi dan Negosiasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Suyanto, Bagong. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- T. Hani Handoko, *Manajemen*, BPFE Yogyakarta, 1986, hal 272
- Tinambunan, W.E. 2002. *Teori-teori Komunikasi*. Jakarta: Swakarya
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasa Indonesia.
- <http://www.rastika.com/2013/04/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli.html#sthash.KnbDyuDj.dpuf>
- <http://labibhamzah.blogspot.com>
- <http://khusus-ilmu-manfaat.blogspot.com>
- <http://penyuluhkeselamatankerja.blogspot.com>
- <http://refaridwan.wordpress.com>
- <http://Ikatan Ahli Teknik Perminyakan Indonesia Seksi Mahasiswa – Universitas Indonesia 2013.blogspot.co>