

**UPAYA PERSUASI LEMBAGA KNOWLEDGE MANAGEMENT PT.PUSRI
DALAM MEMOTIVASI DEPARTMEN-DEPARTEMEN UNTUK MELAKUKAN
SHARING KNOWLEDGE**

***PERSUASUION EFFORT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT INSTITUTIONS PT.
PUSRI IN MOTIVATING DEPARTEMENT TO DO KNOWLEDGE SHARING***

¹Rahman Akbar ²Ahmad Muhaimin

Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia
Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

¹2030701075@radenfatah.ac.id

²Ahmadmuhaimin_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

In improving an employee's performance within the Work Units and Organizations under the auspices of the Department, it is necessary to carry out a knowledge that becomes an important guideline for employees at work. So that the creation of a Knowledge Worker is to work with the knowledge possessed. This study aims to describe how the efforts of the Knowledge Management institution or section in overcoming problems that occur within the company to share knowledge and the implementation of what is done from these persuasion efforts so that they can successfully motivate every Department in PT. Pusri to be interested in the existence of persuasion efforts carried out by Knowledge Management institutions. The method used in this research is descriptive qualitative observation and interviews by observing the atmosphere of the area around the offices of the Knowledge Management institution. From the results and discussion, it was found that there were two persuasion efforts carried out by Knowledge Management in motivating the Departments to share knowledge, firstly optimizing the persuasive communication program through the LEAP program, the second delivering interesting messages through animated videos and flayers.

Keywords: Knowledge Management, Sharing, persuasive, Motivation.

ABSTRAK

Dalam Meningkatkan sebuah kinerja karyawan didalam Unit Kerja dan Organisasi yang dibawah naungan Departemen maka perlunya dilakukan sebuah Pengetahuan yang menjadi pedoman penting karyawan dalam bekerja. Sehingga terciptanya sebuah *Knowledge Worker* yaitu bekerja dengan pengetahuan yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana upaya lembaga atau bagian *Knowledge Management* dalam mengatasi permasalahan yang terjadi didalam perusahaan untuk melakukan *Sharing Knowledge* serta implementasi apa saja yang dilakukan dari upaya persuasi tersebut agar dapat berhasil memotivasi setiap Departemen – Departemen yang ada di PT.Pusri menjadi tertarik dari adanya upaya Persuasi yang dilakukan oleh lembaga *Knowledge Management*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif secara Observasi dan Wawancara dengan mengamati suasana area sekitar termpat kantor lembaga *Knowledge Management*. Dari hasil dan Pembahasan yang ditemukan terdapat dua upaya persuasi yang dilakukan *Knowledge Management* dalam memotivasi Departemen-Departemen untuk melakukan *Sharing Knowledge*, pertama Optimalisasi Program Komunikasi Persuasif melalui Program LEAP, Yang Kedua Penyampaian Pesan-Pesan Menarik melalui Video Animasi dan Flayer.

Kata Kunci: Knowledge Management, Sharing, Persuasif, Motivasi.

1. PENDAHULUAN

Pengetahuan merupakan sebuah informasi yang dimiliki dan diketahui oleh seseorang baik itu berdasarkan dari sebuah pengalaman maupun sebuah media pembelajaran. Dengan adanya sebuah pengetahuan akan membuat manusia menjadi lebih bijak dan mampu mengendalikan sebuah situasi dalam keadaan (Yossy, 2002). Hal ini berkaitan dengan sebuah Sumber Daya Manusia yang merupakan bagian terpenting dalam suatu kelompok baik itu dalam sebuah organisasi maupun sebuah institusi. Sumber Daya Manusia sangat dibutuhkan di dalam suatu Instansi agar supaya instansi tersebut mampu maju dan berkembang dengan baik sesuai dengan apa yang telah di rencanakan. Salah satunya yaitu perusahaan (Ritta Setiyati, 2019). PT.Pupuk Sriwidjaja Palembang atau biasa disebut PT.Pusri merupakan Sebuah perusahaan yang beridri dibawah naungan PT.Pupuk Indonesia (persero) adalah perusahaan yang didirikan sebagai pelopor produsen pupuk urea di Indonesia.

Dalam PT.Pusri terdapat sebuah Departemen Pengembangan & Organisasi dibawahnya terdapat sebuah Lembaga yang disebut Knowledge Management atau yang disebut KM. Knowledge Management merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan sebuah Pengetahuan (Soesetiyo, 2013). Peran Lembaga Knowledge Management dalam sebuah Instansi yaitu berupaya untuk meningkatkan kemampuan karyawan di dalam suatu Organisasi sehingga karyawan tersebut mampu bekerja sambil menggunakan pengetahuan yang diperolehnya atau disebut dengan *Knowledge Worker* (Soesetiyo, 2013) Sehingga dengan begitu karyawan akan menerapkan dan men-sharing pengetahuannya tersebut kepada rekan-rekan yang lainnya. Knowledge Management di PT.Pusri.

Departemen yang ingin melakukan *sharing* sudah menyusun konsep yang akan dilaksanakan misalnya pihak narasumber. Jika sudah dipastikan maka pihak departemen akan menghubungi bagian Knowledge Management untuk di implementasikan sesuai dengan konsep Skala yang di inginkan.misalnya Departemen A ingin melakukan Knowledge *Sharing* yang dimana program *sharing* inidi tujukan untuk seluruh Departemen yang ada di PT.Pusri Pihak knowledge management akan mempersiapkan semuanya sebaik mungkin mulai berbagai perangkat yang mendukung layaknya seperti sebuah media zoom, Flyer, Kamera, Operator, konsumsi, dan lainnya semua itu bahkan biaya akan ditanggung oleh Knowledge Managemet itu sendiri. untuk mempersiapkan hal tersebut tentunya pihak knowledge management tidak dapat bekerja secara sendiri melainkan pihak knowledge management juga akan menghubungi pihak lainnya yang terkait untuk bekerja sama dalam mengimplementasikan program *sharing* tersebut. misalnya pihak *Knowledge Management* akan bekerja sama dengan pihak Humas saat dalam acara berlangsung. Dimana pihak Humas ini akan berperan sebagai dokumentasi, Operator dibalik layar, bahkan sebagai Protokol MC. Sebagaimana dalam sebuah skala *Knowledge Sharing* yaitu pada acara FGD (*Focus Group Discussion*) Urea, Amoniak & Utilitas yang diselenggarakan di Graha Pupuk Sriwijaya yang berjalan selama dua hari. Dalam acara tersebut fokus diskusinya terhadap seluruh Departemen Pabrik dimana seluruh departemen pabrik antar perusahaan berkumpul untuk membahas mengenai permasalahan yang terjadi seputar pabrik dan saling berbagi pengalaman serta pengetahuan antar satu sama lain. Narasumber yang menjadi Forum diskusi pada acara tersebut yaitu berasal dari antar Departemen pabrik dari berbagai perusahaan. Akhir dari acara tersebut terdapat banyak sekali masalah yang terpecahkan mengenai seputar pembahasan mengenai tiap pabrik. Di akhir acara tersebut diberikan sebuah Reward/penghargaan yang diberikan bagi peserta yang mengikuti kegiatan Focus Group Discussion pada acara tersebut sebagai untuk penyemangat.

Implementasi yang dilakukan oleh *Knowledge Management* PT.Pusri terdapat tiga jenis yaitu *Forum Management*, *Knowledge Sharing*, dan *Community of Practic* (CoP). Dengan begitu setiap Departemen yang ada di PT.Pusri ingin melakukan sebuah *sharing* maka Knowledge Management akan

menjadi sebuah wadah bagi mereka untuk melakukan hal tersebut. Knowledge Management di PT.Pusri memiliki sebuah target tahunan terhadap jumlah karyawan di tiap Departemen yang ingin melakukan sharing.

Untuk mencapai jumlah tersebut tidaklah hal yang mudah untuk dilakukan. Lembaga *Knowledge Management* PT.Pusri memiliki sebuah kendala terhadap suatu budaya yaitu terhadap karyawan PT.Pusri yang masih kurang atau belum menyadari bahwa betapa pentingnya sebuah pengetahuan (*Knowledge*) dalam suatu pekerjaan. Untuk mengatasi hal ini *Knowledge Management* PT.Pusri melakukan sebuah upaya persuasif dengan memanfaatkan sebuah media yaitu membuat sebuah penjelasan mengenai tentang *Knowledge Management* itu sendiri beserta implementasi yang dilakukan oleh *Knowledge Management* PT.Pusri melalui sebuah Flyer dan berupa Video Animasi.

Tujuan penelitian ini dilakukan Mengetahui bagaimana upaya lembaga atau bagian *Knowledge Management* dalam mengatasi permasalahan yang terjadi didalam perusahaan untuk melakukan *Sharing Knowledge* serta implementasi apa saja yang dilakukan dari upaya persuasi tersebut agar dapat berhasil memotivasi setiap Departemen – Departemen yang ada di PT.Pusri menjadi tertarik dari adanya upaya Persuasi yang dilakukan oleh lembaga *Knowledge Management* berada langsung dibawah Departemen Pengembangan dan Organisasi.

Penelitian terdahulu yaitu mengenai Implementasi *Knowledge Management* Pada Perguruan Tinggi, dimana *Knowledge Management* memiliki peran yang begitu penting guna menjalankan daya saing dan kelangsungan hidup organisasi (Sopandi, 2016). Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa perguruan tinggi memanfaatkan implementasi *Knowledge Management* adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam mengelola aset intelektual dalam meningkatkan daya saing yang berdasarkan Visi & Misi. Dalam implementasi *Knowledge Management*, organisasi dapat memberdayakan Sumber Daya Manusia melalui *Sharing Knowledge*. Melalui praktiknya organisasi dapat mencapai sebuah produktivitas di berbagai bidang sehingga mampu dapat memaksimalkan *Human Capital* (Sopandi, 2016). Tentunya dari sini dapat dilihat bahwa *Knowledge Management* menjadi sebuah wadah yang penting didalam suatu Instansi dengan tujuan untuk memaksimalkan sebuah organisasi berdasarkan sebuah pengetahuan. Sebagaimana *Knowledge Management* PT.Pusri Palembang yang berupaya untuk melakukan sebuah persuasif terhadap seluruh Departemen untuk melakukan sebuah *Sharing Knowledge* agar dapat meningkatkan sebuah pengetahuan yang berguna untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia di dalam suatu organisasi. Permasalahan yang terjadi ini berkaitan dengan Teori Organisasi Modern/Terbuka dimana pada teori ini organisasi menjadi hal yang sangat fungsional. Organisasi harus terbuka dan beradaptasi pada lingkungan sekitarnya. (Heru, 2022)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang dilakukan yaitu metode Deskriptif Kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi dan wawancara dengan mengamati langsung mekanisme yang terjadi di area sekitar Kantor serta memberikan beberapa pertanyaan kepada karyawan yang terlibat. Penelitian dilakukan pada Kantor Bagian *Knowledge Management* PT.Pusri yang di manajemen langsung oleh seorang AVP/Manager. Penelitian Deskriptif kualitatif yang dilakukan yaitu dengan memamparkan dan menjelaskan beberapa aktivitas persuasi yang dilakukan bagian *Knowledge Management* selama peneliti melakukan PPM selama 45 hari dengan kegiatan yang berkaitan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti ditugaskan untuk membuat sebuah Flyer dan Video Animasi yang mengandung sebuah unsur Persuasif. Yaitu mengenai sebuah kegiatan *Reward Point* yang diberikan oleh sebuah karyawan terhadap *Sharing Knowledge* pada masing - masing Departemen. hasil dari *sharing knowledge* tersebut akan di input melalui sebuah sistem yang disebut dengan KMS (*Knowledge Management System*) sehingga karyawan dapat memperoleh sejumlah poin yang dimana poin tersebut jika akan dikumpulkan mendapat sebuah *Reward* dari bagian *Knowledge Management* sebagai tanda Apresiasi. *Reward* merupakan sebuah tindakan untuk memberikan kesenangan dalam faktor psikologi belajar dan merupakan bentuk contoh untuk memotivasi seseorang (Yopi, 2018). Sebagaimana sebuah penghargaan merupakan salah satu faktor yang mendorong aktualisasi diri seseorang. Penghargaan merupakan komponen disiplin penting dalam perkembangan diri dan perilaku seseorang. Dimana seseorang akan tetap berupaya meningkatkan serta mempertahankan hal tersebut (Yon, 2018).

Upaya persuasi yang dilakukan ini merupakan salah satu bagian untuk mengatasi suatu kendala yang terjadi. berdasarkan wawancara pada salah satu karyawan dari unit kerja *Knowledge Management* yaitu “Masih kurangnya kesadaran di setiap Departemen dalam Pengetahuan”. Maka dari itu dilakukannya sebuah upaya persuasi untuk memotivasi setiap departemen agar mereka ingin melakukan sebuah *sharing* demi kepentingan kemajuan organisasi. Adanya sebuah motivasi dapat memberikan sebuah dorongan mental pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu dalam beraktivitas. Karena sebuah motivasi adalah penggerak untuk melakukan aktivitas yang dianggap dapat menguntungkan diri sendiri (Yopi, 2018). Motivasi dalam bekerja sangat penting dalam tinggi rendahnya status produktivitas perusahaan. Tanpa ada motivasi kemungkinan besar tujuan yang telah direncanakan akan sulit untuk dicapai (Romlii, 2014).

Peneliti ditugaskan membuat sebuah flyer dengan sebuah Slogan yang menarik sehingga menjadi daya tarik seseorang untuk mengikuti kegiatan tersebut. Flyer merupakan sebuah pamflet atau poster yang disebarakan lewat media (Tysara, 2002). peneliti juga diberi tugas yaitu membuat sebuah video animasi dengan script yang sudah disiapkan langsung oleh AVP/Manager dari bagian *Knowledge Management*.

Terdapat 2 Upaya yang dilakukan oleh *Knowledge Management* dalam melakukan upaya persuasif :

1. Optimalisasi Program Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif merupakan sebuah komunikasi yang sering kita gunakan sehari-hari baik itu untuk menarik perhatian maupun membujuk lawan bicara. Dalam prosesnya komunikasi persuasif terdapat *Persuader* sebagai Komunikator dan *Persuade* sebagai komunikan (FriedaIsyana Putri, 2015). Dalam menjalankan upaya persuasi pihak lembaga *Knowledge Management* PT.Pusri memanfaatkan sebuah media yaitu dengan membuat sebuah Webinar untuk menjelaskan mengenai pengertian dari program yang disebut dengan LEAP yang di Narasumber langsung oleh AVP Manager bagian *Knowledge Management*. Webinar tersebut disebarakan melalui Flyer dan diikuti oleh seluruh Insan Pusri dari seluruh Departemen-Departemen. Berikut ini merupakan penjelasan dan hasil mengenai program LEAP :

a. LEAP (*Learning, Experience, Achievement, Point*).

LEAP merupakan sebuah program kegiatan yang dibuat untuk memberikan apresiasi berupa *Learning Point* kepada karyawan yang aktif mengikuti program pembelajaran baik itu sebagai peserta maupun Narasumber/Instruktur. Penetrasi yang di hitung dalam point yaitu :

- 1) Peserta Pelatihan
- 2) Peserta Elearning
- 3) Peserta Forum Management

- 4) Peserta *Sharing Knowledge*
- 5) Peserta *Community of Practice (CoP)*

Selain itu juga karyawan dapat memperoleh poin melalui, Instuktur Pelatihan, Narasumber Forum Manajemen, Narasumber *Sharing Knowledge*, dan *Narasumber Community of Practice*. Dari semua poin yang dikumpulkan hasilnya dapat dilihat melalui Leaderboard dalam website iam pusri. Upaya yang dilakukan oleh *Knowledge Management* pada program LEAP ini memiliki tiga faktor berdasarkan Komunikasi Persuasif, 1. Memiliki Argumen dan bukti yang konkret dalam mewujudkan kebijakan. 2. Memiliki daya tarik psikologis yang memiliki motif penyemangat dalam mengubah dan mempengaruhi. 3. Adanya Kredibilitas atau daya tarik sehingga dapat mempengaruhi orang yang melihatnya menjadi ingin mengikuti (Ezi Hendri, 2019).

Upaya program knowledge sharing yang dilakukan oleh lembaga knowledge Management ini membuahkan banyak sekali hasil yang positif. Salah satunya yaitu upaya *Community of Practice (CoP)* yang dilakukan oleh Departemen Laboratorium. Bahwa kegiatan Sharing yang dilakukan membuahkan hasil yang sangat bermanfaat salah satunya yaitu pemindahan personil menjadi lebih cepat beradaptasi terhadap pekerjaan yang baru. Dan juga peningkatan beberapa skill lainnya seperti *Public Speaking* karena program *Community of Practice (CoP)* ini memang sebuah kegiatan sharing yang dilakukan oleh dalam ruang lingkup Departemen saja, jadi Narasumbernya berasal dari dalam atau pihak internal Departemen. dengan adanya upaya persuasi yang dilakukan *Knowledge Management* ini yaitu adanya program LEAP, *Learning, Experience, Achivement, Point*, Departemen *Knowledge Management* merupakan sebuah departemen yang melakukan sharing knowledge dalam bentuk *Community of Practice (CoP)* paling banyak sehingga mendapatkan sebuah *Reward* atau penghargaan langsung dari Departemen Pengembangan & Organisasi yaitu Departemen yang menaungi lembaga atau bagian Knowledge Management.

Dalam organisasi *Human Relation* atau hubungan antar manusia memiliki fungsi sebagai Motivasi dalam menjaga kestabilan emosi, meminimalisir kesalahan, menjaga disiplin, loyalitas, sehingga kepuasan secara psikologis dalam organisasi terpenuhi. Terdapat beberapa faktor yang mendasari adanya sebuah interaksi dalam Hubungan antar manusia salah satunya yaitu adanya sebuah Rasa Percaya yang dapat memberikan sebuah pengaruh komunikasi yang baik didalam sebuah organisasi. Sehingga komunikasi berjalan efektif dan tujuan dapat tercapai. (Corrie, 2022). Implementasi yang dilakukan oleh Bagian Knowledge Management ini tentu merupakan sebuah kebijakan yang sangat efektif untuk memotivasi Departemen lain dalam meningkatkan kinerja organisasi dalam unit kerja melalui sebuah motivasi dalam sebuah penghargaan.

Maka dari itu sangat diharapkan bagian *Knowledge Management* memanfaatkan sebuah media untuk menyebar luaskan informasi dari kebijakan yang mereka lakukan dalam upaya mengajak Departemen - Departemen lain untuk melakukan *Sharing*. Media mengandung dan membawa pesan atau informasi kepada penerima yaitu siswa/karyawan. Media dapat mengelola pesan atau respon sehingga media itu sering disebut interaktif. Informasi yang disampaikan melalui media salah satunya video bisa berupa pesan yang sederhana atau yang sudah disiapkan untuk memenuhi kebutuhan objek (Azhar Arsyad 2002:81).

2. Penyampaian Pesan-Pesan Menarik

Pesan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah proses Komunikasi. (Reza Eka Putra, 2022). Dalam melakukan Upaya Persuasi untuk dapat memotivasi Departemen- Departemen yang berada di PT.Pusri untuk melakukan *Sharing Knowledge*, bagian *Knowledge Management* menyampaikan sebuah pesan dengan memberikan penjelasan mengenai pengertian program LEAP dan penjelasan mengenai apa itu lembaga bagian *Knowledge Management* itu sendiri. Sehingga seluruh karyawan insan PT.Pusri dapat mengetahui apa fungsi dari lembaga Knowledge Management dan apa itu program LEAP. Pesan tersebut dikemas dan disampaikan melalui sebuah media yaitu dengan Video Animasi dan Flyer yang disebarakan lewat akun youtube dan Website instansi. media sosial dapat mempengaruhi orang lain melalui visual yang ditampilkan (Frieda Isyana Putri, 2015).

a. Melalui Video Animasi dan Flyer

Lembaga *Knowledge Management* membuat video animasi yang di upload dan di posting melalui akun youtube, zoom dan video animasi yang dilampirkan melalui flyer yang telah dibuat sehingga karyawan yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai program ini dapat melihat melalui sebuah video animasi. Animasi merupakan visual yang menampilkan pergerakan objek melalui video maupun gambar (Apriansyah, 2020) sedangkan Flyer merupakan sebuah sejenis poster atau brosur yang dirancang secara efektif untuk disebarakan kepada khalayak dengan Digital (Himma, 2022). Knowledge Management membuat sebuah video animasi berupa penjelasan mengenai tentang implementasi kegiatan seperti :

- 1) Forum Management, yaitu sebuah kegiatan sharing knowledge yang melibatkan pihak top manajemen dalam berkomunikasi mengankat sebuah masalah serta solusinya.
- 2) *Knowledge Sharing* sebuah proses kegiatan berbagi pengetahuan yang dilakukan oleh karyawan, unit kerja, ataupun pihak yang memiliki kompetensi pada bidangnya, melalui knowledge sharing diharapkan karyawan dapat memahami pengetahuan baru yang didapat dari pihak luar.
- 3) *Community of Practice (CoP)* Sekelompok individu yang memiliki kesamaan pengetahuan atau minat akan suatu hal pada bidang tertentu secara regular maupun insidental bertemu untuk saling bertukar pikiran dan mendiskusikan hal-hal terkait dengan bidang yang diminati.

Ketiga implementasi ini disampaikan melalui sebuah video animasi dengan tujuan agar seluruh karyawan disetiap Departemen lebih mudah memahami mengenai tentang *Sharing Knowledge* yang dimana sebuah pengetahuan akan sangat berguna sekali terhadap organisasi. Media dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat membawa informasi dan pengetahuan dalam interaksi yang berlangsung antar pendidik dan peserta didik (Fathurrohman & Sutikno 2010:65).

Penyampaian program LEAP dan Video Animasi ini di Promosikan melalui sebuah flyer yang di posting melalui website yang telah disediakan, dimana tampilan flyer yang di posting pada website akan dilihat oleh setiap karyawan dengan slogan yang bersifat persuasif sehingga karyawan yang tertarik dapat mengakses nya hanya dengan satu klik melalui flyer tersebut.

Hasil dari adanya Video Animasi penjelasan berupa *Knowledge Management* ini beserta implementasinya, berkurangnya jumlah tiap para instruktur karyawan yang harus di *Reminder* untuk mengupload materinya ke dalam KMS (*Knowledge management System*). Dengan adanya video animasi ini karyawan disana menjadi lebih tahu mengenai seputar

bagian *Knowledge Management* dan informasi apa saja yang diberikan. Bagian *Knowledge Management* ini menjadi sebuah tempat dimana atau wadah sebuah pengetahuan dari hasil pengalaman maupun sebuah pelatihan. *Knowledge management* menjadi sebuah jembatan didalam sebuah perusahaan dalam melakukan kebijakan saat ada sebuah Departemen yang ingin melakukan sharing. Setiap departemen yang ingin melakukan sharing maka departemen tersebut harus menghubungi *knowledge management*. Maka *knowledge management* lah yang akan memfasilitasinya. Melalui media visual salah satunya video animasi dapat menimbulkan daya tarik bagi seseorang yang melihatnya, Daya tarik menjadi faktor penting agar dapat menentukan efektivitas daam persuasi serta berhasilnya sebuah komunikasi (Ezi Hendri, 2019). Dari upaya persuasi yang dilakukan oleh *Knowledge Management* melalui dua program diatas efektif dalam media visual, sehingga para karyawan yang mengakses sebuah website atau media didalam perusahaan dapat melihat sebuah tampilan dari program yang dilakukan sebagaimana media dapat memberikan sebuah informasi yang tepat (Purbohastuti, 2017). Setelah di terapkannya sebuah program ini bagian upaya untuk reminder tiap karyawan dari perwakilan departemen dalam sharing menjadi berkurang dibandingkan sebelumnya yang dimana peneliti diberikan tugas untuk reminder karyawan dari tiap perwakilan Departemen yang ingin melakukan *Sharing Knowledge*.

Secara teknik komunikasi persuasi *Knowledge Management* menggunakan teknik yang disebut dengan *Bandwagon technique*. Yaitu membujuk dengan meyakinkan sedemikian rupa sehingga mereka merasa yakin karena orang lain juga melakukan kegiatan tersebut (Ezi Hendri, 2019). Dari cara inilah sebuah upaya persuasi yang dilakukan bagian *knowledge management* untuk mengajak seluruh departemen-departemen yang berada di PT.Pusri agar mereka sadar dan terbuka untuk melakukan sebuah sharing untuk peningkatan pengetahuan dalam sebuah organisasi.

Sebagaimana dalam *Human Relation* atau hubungan manusia yang dilakukan dari pendekatan psikologis pada bawahan untuk mengetahui perilaku dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas dalam bekerja. Hal ini menjadi acuan para manager di suatu Departemen atau bagian dalam suatu Instansi maupun organisasi. Dimana yang pada dasarnya kelompok atau organisasi harus memperhatikan kebutuhan sosial dan psikologis karyawan agar dapat memperoleh sebuah produktivitas yang lebih tinggi (Granmedia, 2022). Inilah alasan kenapa sebuah pengetahuan itu akan sangat penting sekali dalam sebuah organisasi karena karyawan akan lebih efektif bekerja dengan pengetahuan yang dimilikinya dibandingkan hanya bekerja mengikuti perintah atasannya saja. Itulah upaya yang *knowledge Management* lakukan untuk Departemen-Departemen yang ada di PT.Pusri agar mereka mampu menciptakan sebuah yang dinamakan *Knowledge Worker* yaitu bekerja dengan pengetahuan.

Secara umum upaya persuasi yang dilakukan oleh *Knowledge Management* melalui program LEAP ini sangat efektif melalui sebuah media visual yaitu Flyer dan Video Animasi. sehingga melewati hal tersebut karyawan dapat menjadi tertarik bagi yang melihatnya. Dengan begitu semakin banyak karyawan melakukan *Sharing Knowledge* maka akan semakin meningkat juga kualitas pengetahuan (*knowledge*) yang dimiliki oleh Departemen atau organisasi dalam unit kerja didalam perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Upaya Persuasi yang dilakukan Knowledge Management dalam memotivasi Departemen - Departemen untuk melakukan Sharing untuk meningkatkan pengetahuan didalam Organisasi yaitu melalui dua Program, yang pertama melalui sebuah program LEAP (*Learning, Experience, Achivement, Point*). Yaitu sebuah program yang dibuat secara persuasif untuk memberikan Apresiasi berupa poin yang dapat ditukar dengan reward atau penghargaan terhadap karyawan yang melakukan Sharing Knowledge. hasil dengan adanya program ini menimbulkan sebuah daya tarik bagi Departemen lainnya dan unit kerja. Sebagaimana dapat dilihat pada Departemen Laboratorium beserta unit kerjanya yang dimana mengatur jadwal kegiatan sharing secara terstruktur. Adanya kegiatan sharing tersebut meningkatkan skill & menambah pengetahuan yang dimilikinya.

lalu program yang kedua yaitu menjelaskan *Knowledge Management* beserta Implementasinya melalui sebuah Video Animasi yang disebarkan melalui media. Dengan tujuan sehingga orang -orang dapat mengenali apa itu *knowledge Management* beserta peran mereka didalam organisasi. Hasilnya karyawan dapat mengenali tentang seputar *Knowledge Management* itu sendiri beserta apa saja informasi yang diberikan, lalu berkurangnya jumlah karyawan yang harus di *Reminder* untuk mengupload materinya mengikuti pelatihan ke dalam *Knowledge Management System*.

Setelah Menarik Kesimpulan pada hasil dan pembahasan diatas peneliti memberikan Saran yang pertama, *Knowledge Management* haruslah aktif memanfaatkan medianya terutama dalam media sosial sebagai tempat untuk berbagi informasi & komunikasi yang menjadi tempat karyawan dari Departemen yang berada di PT.Pusri untuk mengetahui informasi ataupun info update lainnya dari Knowledge Management itu sendiri. Yang kedua harus melakukan sebuah inovasi baru agar dapat mengatasi kendala yang di alami oleh bagian *Knowledge Management* itu sendiri terutama sebagai upaya persuasi yang dilakukan agar *Knowledge Management* dapat mencapai target yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre (2021). Apa itu Teori Organisasi, Diakses pada Tanggal 27 Agustus 2022, from <https://www.gramedia.com/literasi/teori-organisasi/>
- Apriansyah, Sambowo, Maulana (2020). Pengembangan media pembelajaran video berbasis animasi mata kuliah ilmu bahan bangunan di program studi pendidikan teknik bangunan fakultas teknik universitas negeri Jakarta, *Jurnal pendidikan teknik sipil (jpensil)* Vol 9, 8-18, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpensil/article/download/12905/8062/>
- Corrie (2017). Teori Hubungan Manusia dalam Komunikasi Organisasi, Diakses pada Tanggal 30 Agustus 2022, from <https://pakarkomunikasi.com/teori-hubungan-manusia-dalam-komunikasi-organisasi>
- Gani Yon (2018). Penerapan Reward and Punishment melalui tata tertib Sistem Point dalam meningkatkan kualitas pendidikan karakter. *Jurnal Ilmiah AL - Jauhari*, Vol. 3, 33-48. <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/aj/article/view/685/542>
- Hendri Ezi, (2019). Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi.
- Munawaroh, Aprianti & Citra Hati (2022). Komunikasi Persuasif Antara Konselor dan ODHV dalam Pelayanan VCT di Puskesmas Dempo Palembang, *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi* Vol 01, 70-76 <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12552/4956>
- Nisa Ferbianti Yopi (2018). Peningkatan Motivasi Belajar dengan pemberian Reward and Punishment yang positif. *Jurnal Edunomic*, Vol.6 , 93-102



- Purbohastuti Arum Wahyuni (2017). Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa EKONOMIKA* Vol 12, 212-231 <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/view/4456/3213>
- Setiyati Rita & Hikmawati Elok (2019). Pentingnya Perencanaan SDM Dalam Organisasi, *forum Ilmiah* Vol 16, 215-221 https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-20230-11_1373.pdf
- Soprandi Dani Omar (2016). Implementasi Knowledge Management pada Perguruan tinggi. *Jurnal Administrasi pendidikan*, Vol.XXIII, 1-13. <https://media.neliti.com/media/publications/74790-ID-implementasi-knowledge-management-pada-p.pdf>
- Romli Khomsahrial (2014)..Komunikasi Organisasi Lengkap.
- Trisnani (2020).Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat, *Jurnal Komunikasi,Media dan informatika* Vol 6, 1-12 <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1227/692>
- Yossy (2020). Pengetahuan (Knowledge).Diakses pada Tanggal 26 Agustus 2022, from <https://onlinelearning.binus.ac.id/computer-science/post/pengetahuan-knowledge>