



# Pengelolaan Keluhan Pelanggan yang Efektif di Industri Farmasi

Mochammad Firman Hidayatullah, Nur Maghfirah Aesthetika\*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**Abstrak:** Studi ini meneliti peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam sebuah organisasi farmasi. Penelitian ini fokus pada jalur komunikasi dari direktur utama melalui HRD hingga unit kontrol kualitas dan produksi. Dengan mengkaji struktur komunikasi internal ini, studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana aliran informasi yang efektif dapat mengarah pada peningkatan kualitas produk dan penanganan keluhan pelanggan. Metodologi yang digunakan adalah analisis kualitatif terhadap proses komunikasi dalam organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang kuat, yang dipimpin oleh inisiatif kontrol kualitas, secara signifikan meningkatkan perbaikan produk dan kepuasan pelanggan. Studi ini menyoroti kebutuhan komunikasi strategis dalam kesuksesan organisasi dan hubungan pelanggan, menyarankan bahwa peningkatan berkelanjutan dalam strategi komunikasi dapat mengarah pada hasil organisasi yang lebih unggul dan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Komunikasi Organisasi, Kontrol Kualitas, Kepuasan Pelanggan, Peningkatan Produk, Strategi Komunikasi

DOI: <https://doi.org/10.47134/xxxxx>

\*Correspondence: Nur Maghfirah

Aesthetika

Email: [fira@umsida.ac.id](mailto:fira@umsida.ac.id)

Received: 10-01-2024

Accepted: 12-01-2024

Published: 21-01-2024



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study investigates the role of organizational communication in improving product quality and customer satisfaction within a pharmaceutical organization. The research focuses on the communication pathways from the president director through HRD to quality control and production units. By examining these internal communication structures, the study aims to understand how effective information flow can lead to enhanced product quality and address customer complaints. The methodology employs a qualitative analysis of communication processes within the organization. Results indicate that robust organizational communication, spearheaded by quality control initiatives, significantly boosts product improvements and customer contentment. The study highlights the necessity of strategic communication in organizational success and customer relations, suggesting that continuous enhancements in communication strategies could lead to superior organizational outcomes and sustained customer satisfaction.

**Keywords:** Organizational Communication, Quality Control, Customer Satisfaction, Product Improvement, Communication Strategy

## Pendahuluan

Sebagai individu yang baik kita wajib bisa berinteraksi dengan baik juga dengan sesama individu yang lainnya, tak hanya bisa saling berinteraksi dengan baik saja tetapi kita juga harus bisa saling menjaga, menolong, pintar mencari solusi, serta bisa bekerja sama dengan baik. Kerja sama dengan baik oleh sesama individu akan melahirkan individu yang lainnya karena bisa menciptakan kepercayaan antar individu ini. Kerja sama itulah yang akan nantinya di terapkan di perusahaan PT. H agar semua tujuan tujuan tersebut bisa tercapai dan menghasilkan produk alat kesehatan

seperti plester kompres anti panas, salonpas super, salonpas Hot, salonpas Extra Hot, salonpas Gel, dan salonpas spray menjadi lebih baik lagi dan supaya pelanggan merasa puas dan tidak melakukan komplain pada produk tersebut. Di dalam struktur organisasi tersimpan beberapa bagian yang diisi oleh beberapa orang untuk membentuk sebuah system komunikasi sehingga dapat menimbulkan hubungan yang harmonis sehingga dapat menciptakan semangat yang baru yang dapat menimbulkan semangat kerja yang lebih tinggi lagi sehingga bisa mengeluarkan produk – produk yang terbaik.

Untuk bisa menentukan tindakan penanganan komplain pelanggan penelitian di atas dapat atau bisa menggunakan konsep manajemen complain yang di landasi oleh. [1] menjelaskan bahwa manajemen complain adalah rupa penanganan atau penataan, settingan yang di lakukan oleh suatu perusahaan seperti PT H dalam menyelesaikan atau mengatasi sanggahan atau reaksi ketidakpuasan pelanggan terhadap produk salonpas Super, salonpas Hot, salonpas Spray, salonpas Gel, dan bye bye fever. (Rohmani & Hidayat, 2024)

Di dalam jurnal ini menggunakan penelitian terdahulu dari penelitian yang telah di tulis oleh Vidya Prasetyaningrum yang di bimbing oleh Nur Maghfira Aesthetika, S.Sos.M.Med.Kom yang berjudul Manajemen complain divisi humas PT M dalam menangani complain keluhan jama'ah umroh, penelitian terdahulu ini mengandung teori komunikasi organisasi yang konsep manajemennya di gagas oleh [2] yang menjelaskan manajemen Komplain adalah rupa menangani dan melakukan penyelesaian masalah secara langsung yang harus di lakukan oleh semua bagian – bagian manajemen yang ada di perusahaan PT M yang nantinya boleh juga di terapkan pada perusahaan PT H dalam menangani Komplain atau menangani keluhan oleh para pelanggan yang menikmati pelayanan yang di buat oleh 2 perusahaan ini

Tak hanya dari sisi dalam teori organisasi menangani Komplain saja yang di ambil dari penelitian terdahulu ini. Tetapi cara mengumpulkan data dari complain – complain dari penelitian jurnal yang di tulis oleh Vidya Prasetyaningrum dan pembimbing Nur Maghfirah Aesthetika, S.M.Med.Kom yang berjudul Manajemen Komplain devisi humas PT M ini juga di ambil untuk meneruskan penulisan penelitian selanjutnya yang akan di tulis oleh Mochammad Firman Hidayatullah dan di bombing oleh Nur Maghfirah Aesthetika, S.M.Med.Kom yang berjudul komunikasi organisasi dalam menangani Komplain pelanggan di perusahaan PT H.

Di perusahaan ini terjadi complain yang bersangkutan dengan produk yang di keluarkan PT H berupa complain kemarahan pelanggan karena kemasan produk ada yang rusak, rusaknya kemasan produk ada berbagai macam jenisnya. Ada yang rusak karena kemasan produk sobek, ada yang rusak karena warna kemasan produk jelek, ada yang complain kemasan produk rusak karena tulisan EXP tidak ada atau belum di kasih, ada yang complain kemasan produk rusak karena segel kemasan rusak dari perusahaan. Tak hanya complain karena kemasan produk juga tetapi ada juga yang complain karena terkadang jumlah produk tidak sesuai permintaan atau kurangnya jumlah sachet yang di masukkan ke pada IB atau inner box.

**Table 1.** Komplain Pelanggan PT H Serta Tingkat Kerusakannya

No	Jenis kerusakan	Jumlah Kerusakan	Tingkat Kerusakan	Keterangan Komplain
1	Kemasan produk rusak atau sobek	5	Sedang	Pelanggan tidak puas karna kemasan rusak apalagi sampai segel rusak
2	Warna kemasan produk yang kusam	3	Rendah	Pelanggan tidak puas, karena terlihat kurang menarik
3	Jumlah sachet yang kurang pada kemasan per inner box	2	Tinggi	Pelanggan sangat tidak puas karena jumlah tidak sesuai pesanan
4	Terdapat cairan yang tidak rata pada bye bye fever	2	Tinggi	Pelanggan tidak puas karena merasa kurang
5	Terdapat kain yang lungset pada produk produk salonpas	6	Rendah	Pelanggan tidak puas karena susah di tempelkan badan
6	Jumlah inner box yang kurang pada carton box pada bye bye fever	1	Tinggi	Pelanggan tidak puas karena jumlah kurang dari pesanan
7	Jumlah inner box yang kurang pada carton box salonpas	1	Tinggi	Pelanggan tidak puas karena jumlah kurang dari pesanan
8	Kurang panasnya produk salonpas Hot	7	Tinggi	Pelanggan tidak puas karena rasa pegal yang di rasakan tidak berkurang karena produk kurang panas
9	Kurang lebar ukuran kain pada produk bye bye fever	5	Sedang	Pelanggan tidak puas karena ukuran kurang lebar
10	Tidak adanya label halal	12	Sangat tinggi	Pelangga sangat tidak puas karena mereka khawatir produk yang mereka gunakan haram

## Metode Penelitian

Komunikasi organisasi dalam menangani komplain pelanggan di perusahaan PT H, Mochammad Firman Hidayatullah. Penelitian ini, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, hal ini dapat dilihat dengan strategi komunikasi organisasi fungsi quality control yang bagaimana usaha perusahaan PT H membuat produk sebaik mungkin untuk memuaskan pelanggan dan untuk menjadi produk farmasi terbaik di seluruh Indonesia, perusahaan juga akan menjaga citra kualitas produknya di mata pelanggan guna menghindari complain dari pelanggan dengan cara apabila ada cacat produk perusahaan PT H akan melakukan penarikan produk tersebut secara langsung dan tetapi apabila cacat produk tersebut terbilang sedikit maka perusahaan hanya akan melakukan pengantian produk di kirim ulang tanpa melakukan penarikan produk dengan sekala yang besar. Penelitian ini perlu juga melihat realitas juga untuk menjelaskan apa yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh system quality control PT H dalam mengamankan produk alat kesehatan ini tetap baik.

Penelitian ini, yang menggunakan metode kualitatif tidak menggunakan sebutan populasi tetapi oleh Spradley [3] dinamakan sosial situasi yang dimana penelitian ini lebih merujuk pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan menyebabkan dampak apa terhadap pelanggan yang nantinya akan di olah kembali sama quality control yang akan di tindak lanjuti sampai ke bagian produksi perusahaan tersebut supaya menghasilkan produk yang lebih baik lagi.

Di dalam penelitian ini juga terdapat hasil wawancara yang bisa didapatkan melalui operator produksi packing yang sering menerima laporan komplain dari quality control yang di keluh kesahkan oleh para pelanggan di perusahaan PT H ini, sesuai dengan metode yang di pakai di penelitian ini menggunakan metode kualitatif maka pengumpulan data yang di lakukan adalah dengan wawancara secara langsung kepada operator produksi tentang komplain – komplain para pelanggan tersebut

Tak hanya di terima saja komplain - komplain pelanggan tersebut tetapi akan di tindak lanjuti juga [4] dan di lakukannya perbaikan jika ada yang perlu di perbaiki dari sisi packing jika itu rusak yang di sebabkan oleh proses packing barang tersebut karena yang di wawancara adalah operator produksi packing maka sebagai operator produksi packing yang baik harus segera mengatasi masalah tersebut, teori komunikasi organisasi ini sangat melibatkan banyak pihak dan banyak biaya untuk menangani komplain – komplain dari pelanggan jika Komplain pelanggan itu berkenaan tentang rusak yang di sebabkan oleh mesin dan kemasan, contoh rusak yang di sebabkan oleh mesin yaitu kerusakan kritical atau kerusakan yang tidak bisa di toleransi lagi tingkat kerusakannya

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di paparkan dapat menjelaskan bahwa penelitian ini di adakan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi perusahaan PT H, mulai dari quality control sampai turun ke pihak produksi. Demi untuk membuat produk farmasi yang terbaik di Indonesia harus di butukannya pola komunikasi yang sangat baik juga, baik dari pihak quality controlnya sendiri sampai ke pihak produksinya. Setelah memproduksi produk yang terbaik

nantinya akan timbul citra atau image yang baik juga di mata masyarakat Indonesia sehingga mereka percaya dan memilih produk ini.

## 1. Gambaran Quality Control

Dalam menjalani berbagai macam kegiatan produksi operasional quality control memegang peran yang sangat besar sekali. Tak hanya mengawas jalannya produksi saja, quality control juga berperan dalam mengawasi kualitas produk yang akan di hasilkan. [5]

Di dalam komunikasi organisasi perusahaan PT H ini di perlukan pola komunikasi pemangku kepentingan tertinggi ( stakeholder ) terkait hasil penelitian yang sudah di paparkan mengenai memproduksi produk yang sangat baik ini dapat di lihat bahwa pemangku kepentingan tertinggi di sini adalah pelanggan, pelanggan berhak atau dapat menilai suatu produk dari perusahaan PT H ini dengan sesuka hati mereka, di saat seperti ini lah peran quality control sangat besar sekali. Peran quality control di antara lain yaitu :

- a. Quality control bertanggung jawab secara penuh atas keluar masuknya produk yang telah di produksi oleh perusahaan tersebut.
- b. Quality control bertanggung jawab secara penuh juga atas keselamatan para pekerja di perusahaan PT H ini dengan cara mengamankan tugas tersebut kepada petugas P3K.
- c. Quality control bertanggung jawab secara penuh atas hasil produksi farmasi yang ada di perusahaan PT H agar produk yang di hasilkan mencapai hasil yang terbaik, dengan cara menjalin komunikasi dengan baik dengan operator produksi, manager produksi, staf staf produksi, dan yang pastinya menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan di lapangan.

Cara mengatasi jika ada complain dari pelanggan di antara lain yaitu :

- a. Melihat kerusakan produk di bagian mana yang menjadi permasalahan complain pada pelanggan tersebut.
- b. Menghitung berapa jumlah kerusakan barang atau produk.
- c. Menanyakan sudah mulai kapan produk yang di terima pelanggan menjadi rusak seperti itu.
- d. Jika ada complain jumlah barang yang di kirimkan tidak sesuai dengan barang yang di terima pihak quality control wajib menurunkan crew dan mengeceknya secara langsung.
- e. Jika sudah di cek semua pihak quality control wajib mengganti barang atau produk yang rusak tersebut dengan produk yang baik kembali
- f. Segera kirimkan produk pengganti produk yang rusak.
- g. Memilih logistic yang terbaik agar produk sampai ke pelanggan dengan selamat tanpa adanya rusak sedikitpun
- h. Segera meminta return produk yang rusak supaya nantinya agar ada pembenahan dari pihak perusahaan tersebut.

## 2. Pelaku organisasi

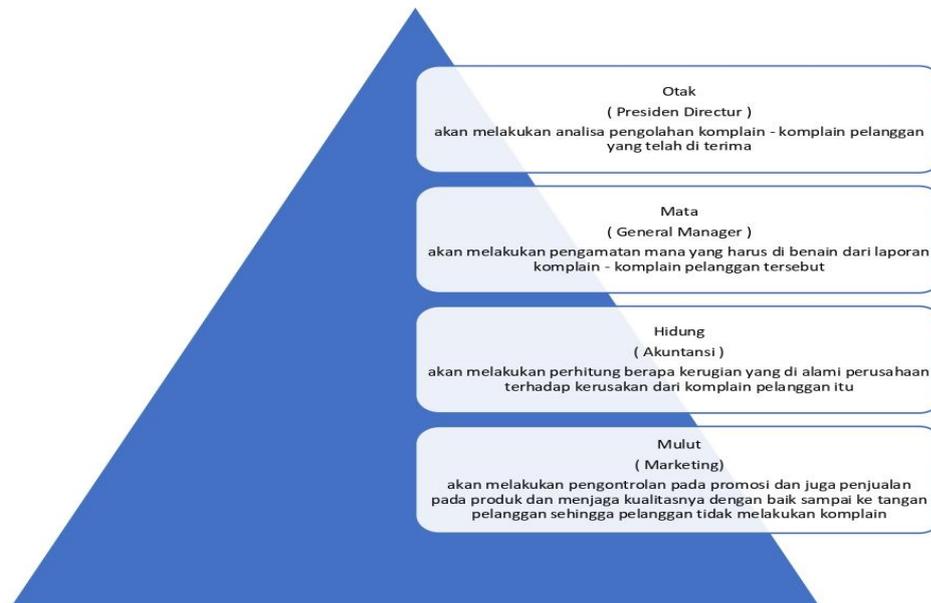
Pelaku organisasi di suatu perusahaan tidak hanya quality control saja tetapi masih banyak pelaku organisasi yang lainnya juga [6], pelaku organisasi yang lain yang memegang peran sangat besar selain quality control di antaranya ada team marketing, team marketing juga memegang peran yang sangat besar jika tidak ada team marketing para pelanggan tidak akan mengenal produk farmasi dari PT H ini. Selain team marketing ada juga team HRD team HRD ini memegang peran mengatur jalannya system system yang ada di perusahaan di antaranya mengatur system gaji para pekerja atau karyawan yang ada di perusahaan tersebut. Dan yang terakhir peran team produksi, team produksi ini berperan menjalankan proses produksi dengan baik dan benar. Di team produksi ini lah terdapat pola komunikasi yang sangat banyak sekali.

HRD memiliki sebuah institusi untuk mengatur sebuah organisasi perusahaan [7] PT H ini, institusi inilah yang di anggap sebagai anggota badan yang bisa menggerakkan sebuah perusahaan, sebuah badan ini juga butu kekompakan supaya pergerakannya menjadi cepat untuk maju dan mencapai sebuah tujuannya. HRD ini kalau di ibaratkan sebuah badan HRD mempunyai peran sebagai kepala dari sebuah anggota badan ini. Dan institusi – institusi ini lah ada yang berperan sebagai mata, hidup, mulut, dan telinga untuk membantu HRD memeran peran sebagai kepala, dan sebuah kepala akan ada yang membantu proses untuk meneruskan ke anggota badan lainnya. Seperti contohnya presiden directur ini lah yang berperan sebagai otak dari sebuah kepala ini.

Presiden directur berperan sebagai otak dari sebuah kepala yang mengatur HRD [8] untuk memerankan kepala dan menjalankan institusi – institusi ini. Institusi – institusi yang membantu peran HRD sebagai kepala yaitu :

- a. GA ( general manager ) sebagai – Mata
- b. Akuntansi sebagai – Hidung
- c. Marketing sebagai – Mulut

Berikut gambaran sederhana yang menjelaskan peran – peran presiden director sampai ke HRD, sehingga HRD dapat memberikan arah dan menggerakkan institusi – institusinya [9] supaya bisa meneruskan informasi yang di terima oleh otak dan di teruskan ke bagian atau anggota badan lainnya sehingga sebuah anggota badan bergerak, mencapai tujuan dengan cepat dan memangkas pengeluaran yang harus di keluarkan oleh perusahaan untuk hal halyang di sebabkan oleh rusaknya suatu produk.



Gambar 1. Struktur bagan peran Directur perusahaan

Setelah dari kepala maka sekarang akan turun ke bagian badan, tangan, sampai kaki dari struktur anggota perusahaan, disini akan di jelaskan fungsi serta peran masing – masing dari anggota – anggota bagian perusahaan. [10]



Gambar 2. Struktuk bagian anggota badan pengurus perusahaan

### 3. Image atau Citra perusahaan

Image atau citra yang baik bagi suatu perusahaan dapat di ciptakan melalui kedisiplinan perusahaan dalam menjalankan proses produksi sesuai SOP [11] Sehingga yang nantinya akan menciptakan produk yang terbaik, sangatlah penting peran image atau citra yang baik ini bagi

sebuah perusahaan, dengan image yang baik sebuah perusahaan PT H dapat bertahan cukup lama di dunia industry farmasi.

Untuk menjaga image maka perusahaan ini juga harus menjaga kualitas produk itu sendiri [12], menurut data dari narasumber yang merupakan operator produksi packing menjelaskan bahwa komplain pelanggan terhadap produk sering berasal dari berbagai sumber di antara lain yaitu :

- a. Kemasan produk rusak atau sobek
- b. Warna kemasan produk yang kusam
- c. Terdapat jumlah sachet yang kurang yang seharusnya isi 10 sachet per inner box jadi 9 sachet
- d. Terdapat cairan yang tidak rata, jika itu produk produk bye – bye fever
- e. Terdapat kain yang lungset, jika itu produk salonpas
- f. Jumlah inner box yang kurang pada setiap carton box yang seharusnya isi 24 jika bye – bye fever menjadi 23 inner box percarton box
- g. Jumlah inner box yang kurang pada setiap carton box yang seharusnya isi 100 jika salonpas menjadi 99 inner box percarton box
- h. Kurang panasnya produk salonpas Hot
- i. Kurang lebar ukuran kain pada bye bye fever
- j. Tidak adanya label halal pada produk salonpas

Cara mengatasi komplain pelanggan menurut narasumber operator produksi packing yang telah kami dapatkan

- a. Kemasan produk rusak atau sobek : memilah kemasan produk yang berupah inner box dan carton box yang baik dan yang jelek, dan tidak lupa lebih hati – hati dalam melakukan proses packing produk
- b. Warna kemasan produk yang kusam : cara mengatasi masalah yang kedua masi sama dengan masalah yang pertama yaitu memilah kemasan jika ada yang berwarna kusam dari suplayer maka cepat cepat di buang
- c. Terdapat jumlah sachet yang kurang untuk di kemas pada inner box : lebih teliti lagi dalam melakukan proses packing produk supaya jumlah pas dan tidak kurang
- d. Cairan tidak rata jika produk bye bye fever : menurut operator produksi packing, telah menjelaskan bahwa complain tersebut bisa timbul itu karena penyebabnya adalah anggine error atau kesalah mesin
- e. Terdapat kain yang lungset jika itu produk salonpas : cara mengatasinya dengan cara lebih hati – hati lagi dalam melaksanakan proses cutting kain salonpas
- f. Jumlah inner box yang kurang pada setiap carton box yang seharusnya isi 24 pada bye bye fever menjadi 23 inner box : cara mengatasinya lebih teliti lagi dalam melakukan proses packing produk

- g. Jumlah inner box yang kurang pada setiap carton box yang seharusnya isi 100 jika salonpas menjadi 99 inner box per carton box : cara mengatasi lebih teliti lagi dalam melakukan proses packing
- h. Kurang panasnya produk salonpas Hot : di buatkannya produk baru salonpas extra Hot
- i. Kurang lebar ukuran kain pada bye bye fever : di buatkannya produk baru bye bye fever versi dewasa untuk ukuran kain yang lebih lebar dan lebih dingin
- j. Tidak ada label halal pada produk salonpas : cara mengatasinya adalah dengan cara mendaftarkan produk salonpas ke MUI

Adapun sesi wawancara yang sudah kami laksanakan dengan bapak Alexander Yudistira selaku operator packing dari bye bye fever dan bapak Aditya selaku operator packing dari salonpas. Di dalam sesi wawancara tersebut bapak Alexander dapat menjelaskan bahwa :

“ Komplain yang saya terima saat menjadi operator packing ada banyak, tetapi alhamdulillah sudah terselesaikan semua dan apabila komplain pelanggan lagi maka semaksimal mungkin akan saya selesaikan masalah tersebut, salah satu permasalahan komplain pelanggan yang sudah saya selesaikan di antara lain kemasan produk yang rusak, warna kemasan yang kusam produk yang kusam dan ada juga beberapa warna yang hilang contohnya warna biru agak hilang, jumlah sachet yang kurang, cairan tidak rata, jumlah inner box yang kurang per carton box yang seharusnya 24 inner box per carton menjadi 23 inner box per carton, dan yang terakhir complain pelanggan mengeluhkan kurang lebarnya ukuran kain bye bye fever”

Dan untuk menindak lanjuti bahwa penelitian ini memerlukan konsep manajemen komplain Tjiptono yang menjelaskan bahwa manajemen komplain adalah berupa struktur penanganan maka sesi wawancara ini di lanjutkan dengan cara penanganan dari semua masalah yang telah di terima, adapun yang bisa di sampaikan oleh bapak Alexander untuk penanganannya adalah sebagai berikut

“ untuk cara penanganannya sendiri ada berbagai macam di lihat dari komplain pelanggan yang kerusakannya seperti apa dulu baru nanti kami akan melakukan penelusuran sehingga menemukan cara penanganan yang tepat, kalau cara untuk menangani adanya komplain warna kemasan produk yang rusak, sampai pada kurangnya jumlah inner box per carton box itu dengan cara lebih teliti pada saat proses packing produknya jika cara penanganan komplain pelanggan yang kurang puas dengan ukuran kain bye bye fevernya maka akan di lakukannya pembuatan produk bye bye fever baru yaitu produk bye bye fever dewasa sama juga kalau ada yang complain mengenai cairan tidak rata cara penanganannya yaitu dengan cara mengevaluasi mesin pembuatan bye bye fever”

Sesi selanjutnya akan di lanjutkan wawancara dengan operator produksi packing bapak Aditya, bapak Aditya menjelaskan kurang lebih hampir sama dengan yang di sampaikan oleh bapak Alexander dari pihak bye bye fever karena kedua operator ini sama sama memegang bagian operator produksi packing. Di antara lain yang di sampaikan oleh bapak Aditya ialah

“ bisa saya sampaikan sebelumnya biasanya komplain pelanggan tentang kerusakan produk dari PT H ini tidak sepenuhnya salah packing karena terkadang barang keluar dari packing kondisi

barang sudah 100% baik tetapi karena adanya gangguan gangguan lainnya itu mungkin bisa membuat produk barang menjadi rusak.

Meskipun dengan demikian tetapi pihak dari packing akan terus berusaha menjaga kualitas kebaikkannya dari produk itu sendiri sehingga bisa menciptakan produk dengan kualitas terbaik, untuk penanganan kerusakan kemasan produk, warna kusam, jumlah inner box kurang percartonnya itu cara penanganannya yaitu lebih teliti dalam melakukan proses packing, tetapi jika cara menangani kain yang lungset, produk kurang panas, dan tidak ada label halal itu beda lagi cara penanganannya jika kain lungset cara menangani melihat mesin cutting, jika produk salonpas Hot kurang panas maka cara penanganannya dengan cara membuat produk extra Hot, dan jika tidak ada label halal itu cara penanganannya adalah mendaftarkan produk ke MUI tetapi semua masalah tersebut sudah ditangani semua tetapi jika ada komplain pelanggan lagi maka kami akan melakukan penanganan lagi”

## Simpulan

Melalui fungsi quality control inilah perusahaan bias mengatur kualitas produk [13] yang akan di hasilkan, perusahaan juga akan terus berusaha semaksimal mungkin supaya bias menghasilkan produk yang terbaik. Alur yang terjadi pada fungsi quality control tidak membuat fungsi quality control senantiasa kehabisan langkah, fungsi quality control ini membentuk strategi komunikasi organisasi dalam melaksanakan tugasnya seperti contohnya quality control memberikan tugas pengawasan secara ketat pada proses produksi [14] kepada operator produksi. Tidak hanya kepada pihak produksi tetapi quality control juga memberikan tugas pengawasan keselamatan pada para pekerja dengan memberikan tugas keselamatan para pekerja kepada P3K perusahaan PT H tak hanya keselamatan saja yang di pantau tetapi kendala kendala yang lainnya juga wajib di pantau oleh quality control.

Dalam menyusun strategi komunikasi perusahaan PT H, HRD perusahaan memegang peran yang sangat penting juga peran yang di ambil oleh HRD perusahaan sebagai eksekutor atau pelaku utama. Jika tidak ada HRD perusahaan, quality control tidak akan pernah bergerak untuk menjalankan tugas karena yang seharusnya memberikan tugas utama yaitu ialah HRD perusahaan secara langsung. HRD perusahaan bergerak dengan skala yang besar dan mencakup keseluruhan aktivitas PT H, termasuk dalam pengolahan limbah B3 industry HRD perusahaan turun secara langsung ke lapangan untuk melakukan eksekusi.

Jika peran masing masing bagian perusahaan berjalan dengan disiplin maka perusahaan akan menciptakan produk terbaik, dan lebih fokus lagi kepada branding – branding produk [15] yang telah di jual di pasaran. Citra yang baik sangat mempengaruhi penjualan produk perusahaan.

## Daftar Pustaka

- D. P. Kussanti, "Optimalisasi Komunikasi Organisasi pada Perusahaan di Masa Pandemi Covid-19 (Approaches and Processes: Katherine Miller)," *Jurnal Public Relations-Jpr*, vol. 1, no. 1, pp. 1-4, 2020.

2. Y. Rosilawati, "Employee Branding sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 3, pp. 153-161, 2008.
- F. P. Mahanani, "Strategi Komunikasi Organisasi Fungsi HSSE PT Pertamina Patra Niaga dalam Menjaga Citra Perusahaan," *Jurnal Pustaka Komunikasi*, vol. 3, no. 1, pp. 1-111, 2020.
- A. R. Fauzi, "Penggunaan Line sebagai Media Komunikasi Organisasi (Studi Kualitatif Deskriptif Media Sosial Line pada UKM di Universitas Muhammadiyah Surakarta)," Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019.
- D. S. Haq, "Peran Pimpinan Menciptakan Iklim Komunikasi Organisasi Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Komunikasi Organisasi Kepemimpinan CV. Ika Jaya Mukti Gumpang, Sukoharjo)," Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Hambali, "Pola Komunikasi Organisasi dalam Pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang," *Jurnal Study Sosial*, vol. 2, no. 2, pp. 1-108, 2018.
- S. C. Alanda, "Pengaruh Komunikasi Organisasi Atasan Bawahan terhadap Kinerja Karyawan Koperasi BMT Fosilatama," *Jurnal Egaliter*, vol. 2, no. 2, pp. 1-22, 2018.
- F. M. Nurul, "Strategi Komunikasi Organisasi di MIS Azzaky Medan," Universitas Muhammadiyah Semarang, 2021.
- Firmawan, "Audit Komunikasi Organisasi Horisontal Departemen Front Office Singgasana Hotel Surabaya," *Jurnal e-Komunikasi*, vol. 1, no. 1, pp. 1-90, 2013.
- Rismayanti, "Corporate Decision Making dalam Komunikasi Organisasi," Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2016.
- F. Ahmad, "Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik," *Jurnal Pendidikan*, vol. 5, no. 2, pp. 1-98, 2021.
- P. Fadhillah, "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan: Analisis Chi Square," Universitas NU Sidoarjo, 2019.
- Apriliani, "Faktor Komunikasi dalam Organisasi," *Jurnal Ilmiah*, vol. 3, no. 1, pp. 1-105, 2021.
- S. Febry, "Dinamika Komunikasi Organisasi Kedaerahan," Universitas Mahardika Surabaya, 2019.
- Ginting, "Iklim Komunikasi Organisasi di Batalyon Infanteri 100/Raider Kodam I/Bukit Barisan," *Jurnal Komunikasi*, vol. 3, no. 2, pp. 1-100, 2018.