



TRAINING KREATIVITAS DAN BAHASA DI PT MNC SKY VISION PEMATANGSIANTAR

Oleh

Hengki Mangiring Parulian Simarmata¹⁾, Doris Yolanda Saragih²⁾, Nora Januarti Panjaitan³⁾, Poltak Pardamean Simarmata⁴⁾

^{1,2,3} Politeknik Bisnis Indonesia, Pematangsiantar

⁴ Sekolah Tinggi Akuntansi dan Manajemen Indonesia, Pematangsiantar

E-mail: ¹hengkisimarmata.mm@gmail.com

Article History:

Received: 06-06-2021

Revised: 18-07-2021

Accepted: 29-07-2021

Keywords:

Kreativitas, Bahasa Inggris

Abstract: *Kerjasama antara pimpinan dan seluruh karyawan sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam sebuah perusahaan. Salah satunya dilakukan dengan peningkatan kreativitas dan kemampuan bahasa. Kreativitas linguistik pada praktiknya telah menimbulkan adanya komunikasi yang baik antara karyawan di dalam sebuah perusahaan dan juga antara karyawan dengan masyarakat dalam memasarkan produk mereka. Dalam mengikuti kegiatan ini, semua peserta yang terdiri dari pimpinan serta para karyawan berperan aktif dalam memberikan berbagai pertanyaan. Mereka langsung diberikan contoh atau ilustrasi dan pelatihan tentang Language dan Creativity. Diharapkan setelah kegiatan ini, semua peserta mengimplementasikan kemampuan berbahasa dan kreativitas linguistik ini demi peningkatan penjualan produk mereka.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi melahirkan kehidupan yang lebih kompleks. Oleh karena itu maka masalah yang ditimbulkan juga kompleks terutama didalam perkembangan teknologi dan informasi. Salah satu praktik bahasa yang menjadi dampak perkembangan teknologi komunikasi dan informasi adalah munculnya kreativitas linguistik khususnya di dunia kerja. Kreativitas linguistik pada praktiknya telah menimbulkan adanya komunikasi yang baik antar karyawan dalam sebuah perusahaan.

Dalam pengabdian masyarakat ini untuk peningkatan sumber daya manusia maka perlunya menggunakan kreativitas dalam menyelesaikan masalah. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan merupakan upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di perusahaan (Sumiarti, Kuntoro and Sutrisno, 2016).

Salah satunya harapan dengan adanya praktek bahasa yang baik mampu meningkatkan motivasi komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan, antar sesama karyawan, mendorong terjadinya kreativitas dalam berbahasa dan mengurangi terjadinya kesalahpahaman antar sesama pekerja. Dengan menggunakan kreativitas maka persoalan dapat diselesaikan dengan baik. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang ada dewasa ini telah mempengaruhi dimensi kultural yang ada di tengah masyarakat, termasuk praktek berbahasa di dunia pekerjaan. Gejala ini sering terjadi karena perkembangan



teknologi informasi dan komunikasi dengan menggunakan sosial media di kalangan kantor.

Praktek komunikasi yang berkembang akan mempengaruhi realisasi lingual yang digunakan sebagai media komunikasi. Oleh karena itu perlunya memahami disparitas yang terjadi di kalangan pekerja karena komunikasi dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami cara berbahasa yang digunakan oleh kaum muda terhadap kaum tua dalam organisasi. Adanya ungkapan yang sering kali sulit dimengerti akibat berkembangnya bahasa di dunia sosial seperti facebook, twitter, instagram dan media sosial lainnya. Praktek Lingual berbasis media sosial tersebut nyata mempengaruhi karyawan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu perlunya menerapkan kreativitas dalam berbicara agar maksud yang ingin disampaikan dapat dipahami sehingga bahasa yang digunakan hendaknya bersifat biasa, wajar dan kreatif serta komunikatif. Hal yang menjadi hal yang perlu dipahami adalah bagaimana menghilangkan miskomunikasi antara pekerja baik di kalangan anak muda maupun di kalangan orang tua dalam organisasi.

Kreativitas linguistik karyawan pada praktiknya telah menimbulkan adanya divergensi bahasa sehingga tidak aneh jika gejala lingual tersebut malah akan mengakibatkan disparitas komunikasi antara karyawan dengan kaum tua di tengah masyarakat atau kantor. Gejala lingual ini yang melatarbelakangi tim Politeknik Bisnis Indonesia ingin memberikan pemahaman kepada perusahaan dalam melakukan pengabdian masyarakat kepada Perusahaan PT MNC SKY Vision Pematangsiantar didalam peningkatan komunikasi di dunia kerja

Tujuan kegiatan pelatihan Kreativitas dan Bahasa di PT MNC SKY Vision Pematangsiantar :

1. Melatih karyawan dalam berkomunikasi secara efektif dan kreatif sehingga mampu berkomunikasi dengan baik dan memperlancar kegiatan dalam organisasi.
2. Memberikan pemahaman secara teori tentang kreativitas dalam berbicara dan berkomunikasi sebagai wujud pengabdian masyarakat perguruan tinggi kepada lingkungan sekitar.

Adapun manfaat pelatihan Kreativitas dan Bahasa di PT MNC SKY Vision Pematangsiantar adalah agar para peserta mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi di lingkungan kerja maupun dengan nasabah.

Selain itu manfaat dari Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai salah satu tuntutan dari Tridarma Perguruan Tinggi adalah pengabdian kepada masyarakat. Dalam kesempatan ini tim pengabdian kampus Politeknik Bisnis Indonesia Murni Sadar dan Sekolah Tinggi Manajemen dan Akuntansi Indonesia

METODE

A. Realisasi Pemecahan Masalah.

Pelatihan “Kreativitas dan Bahasa di PT MNC SKY Vision Pematangsiantar” ini telah dilaksanakan pada tanggal 06 Maret 2021 s/d 7 Maret 2021.

B. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran strategis dalam kegiatan pelatihan Kreativitas dan Bahasa di PT MNC SKY Vision Pematangsiantar.

C. Metode Penerapan

Kreativitas berbahasa seseorang tidak muncul dengan sendirinya. Kemampuan itu harus dimunculkan, dilatih dan dibina. Memang secara alamiah manusia memiliki

kemampuan bahasa lisan. namun untuk memiliki kemampuan berbahasa harus dilatih (Zein and Wagiati, 2018). Pendekatan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini dengan melakukan pendekatan teoritis dan praktek dimana dengan pendekatan teoritis melakukan ceramah tentang peranan linguistik dalam berkomunikasi di dunia kerja.

Untuk mensyaratkan pemahaman mengenai pelatihan karyawan dalam kegiatan mengajar di PT MNC SKY Vision Pematangsiantar, teknik yang digunakan dalam menyampaikan materi pelatihan adalah Role Play dan metode ceramah, praktek, tanya jawab, diskusi dan latihan dengan menggunakan alat bantu multimedia berupa laptop, LCD, alat peraga. Langkah-langkah yang dapat dilakukan didalam melatih berkomunikasi kreatif adalah:

1. Memberikan pengalaman berupa menemukan masalah, mengemukakan pendapat secara spontan dan menghargai pendapat orang lain, membandingkan beragam pendapat, mengorganisasikan pendapat, menilai pendapat melalui teman sejawat dan kelompok dan menjalin kerjasama dengan teman sejawat.
2. Mengaplikasikan prinsip-prinsip strategi pembelajaran yang seimbang di dalam berekspresi, memberikan simpati dan empati, bervariasi di dalam penggunaan bahasa, bersikap kooperatif.
3. Mengimplementasikan prinsip pengembangan pribadi dengan pengalaman yang nyata didalam menanggapi fenomena kehidupan, penyelarasan antara kegiatan berpikir dan berasa dan penguatan terhadap integritas pribadi di dalam anggota masyarakat.
4. Kemudian dilanjutkan dengan praktek berbicara sesuai dengan materi yang telah disampaikan sehingga menumbuhkan pengalaman kepada semua peserta

HASIL

Kegiatan pengabdian ini didahului dengan survey pendahuluan. Hasil survey pendahuluan dan wawancara dengan pimpinan PT MNC SKY VISION Pematangsiantar menyatakan bahwa perlunya pelatihan tentang penggunaan bahasa dan kreativitas sebagai sarana komunikasi dalam mempromosikan produk kepada masyarakat.

Pada saat kegiatan, jumlah peserta yang hadir adalah sebanyak 36 orang pimpinan dan karyawan PT MNC SKY VISION Pematangsiantar. Mereka begitu aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan tersebut. Oleh sebab itu diharapkan peserta pelatihan dapat memanfaatkan pengetahuan ini untuk lebih mengoptimalkan, melaksanakan tugasnya masing-masing demi meningkatkan kualitas dan pemasaran produk.



Gambar 1. Peserta Pelatihan di MNC SKY Vision Pematangsiantar



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan di MNC SKY Vision Pematangsiantar

Profil Perusahaan

PT. MNC Sky Vision Tbk adalah pelopor dalam industri televisi berlangganan di Indonesia yang memulai layanan DTH pada 1994 dan memberikan pilihan 1146 saluran terbaiknya dengan 32 channel eksklusif. MNC Vision saat ini merupakan operator terbesar DTH di Indonesia dengan penetrasi pasar mencapai lebih dari 70% (baik pelanggan satelit maupun kabel). Menggunakan satelit frekuensi S-Band, tayangan MNC Vision sangat cocok digunakan daerah tropis seperti Indonesia. Pemasangan Okevision wilayah Pematangsiantar meliputi area Siantar Barat, Siantar Marihat, Siantar Martoba, Siantar Selatan, Siantar Timur, Siantar Utara. Pemasangan Okevision wilayah Dairi meliputi area Berampu, Brampu, Gunung Sitember, LAe PArira, PArbuluan, PArbuluan, PEgagan Hilir, Sidikalang, Siempat Nempu, Siempat Nempu Hilir, Siempat Nempu Hulu, Silahi Sabungan, Silima Pungga-Pungga, Sitinjo, Sumbul, Tanah Pinem, Tiga Lingga.

PT MNC Sky Vision Tbk adalah perusahaan pemegang lisensi pendistribusian tayangan televisi berlangganan melalui satelit pertama di Indonesia yang berada di bawah naungan MNC Media yang merupakan grup media terintegrasi terbesar di Indonesia. Pada tahun 1998, Perseroan memelopori siaran digital melalui satelit Indostar-I dengan menghadirkan Indovision sebagai produk TV berlangganannya.

DISKUSI

Bahasa menjadi alat di dalam menyampaikan segala pengalaman kehidupan yang diungkapkan ketika berbicara dan berinteraksi dengan orang lain. Pada saat berkomunikasi maka manusia akan mengelola kompetensi menjadi performa. Pengolah ini berkaitan dengan kreativitas seseorang dalam berbahasa (Maryam, 2007)

Di Dalam kehidupan sehari-hari biasanya berkomunikasi menggunakan bahasa yang diformulasikan dengan bahasa gaul dikalangan anak muda, bahasa yang lebih formal sesuai dengan bahasa Indonesia dan kreativitas linguistik karyawan (Zein and Wagati, 2018). Kreativitas dan kemampuan literasi menjadi sebuah pondasi yang harus dimiliki oleh semua orang. Karena keterampilan berbahasa merupakan kegiatan yang kreatif (Ismayani, 2017) kreatif dipandang sebagai kemampuan untuk berpikir kritis dan rasional (Puteh et al., 2012).

Pengertian kreativitas adalah orang yang dapat berpikir secara sintesis. Creativity is



a process that manifest it self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking. Dimana diartikan sebagai proses yang tercermin dalam kelancaran, kelenturan dan orisinalitas dalam berpikir. Sedangkan menurut Pentury kreatif merupakan kekayaan pribadi yang diwujudkan dalam sikap dan karakter seperti fleksibel, terbuka, otonom, lapang dada, keinginan mencoba sesuatu, kemampuan menjabarkan gagasan, kemampuan menilai diri sendiri secara realistis dan kemampuan menjabarkan ide.(Pentury, 2017). Ciri-Ciri orang yang memiliki kreativitas adalah orang yang memiliki ciri kognitif, orisinalitas, fleksibilitas, kelancaran, elaborasi. Dimana ciri-ciri dijabarkan sebagai berikut (Ismayani, 2017): (a) Rasa ingin tahu yang lebih luas dan mendalam, (b) Sering mengajukan pertanyaan yang baik, (c) Memberikan banyak gagasan atau usul terhadap suatu masalah. (d) Bebas dalam menyatakan pendapat, (e) Mempunyai rasa keindahan yang dalam, (f) Menonjol dalam salah satu bidang seni, (g) Mampu melihat suatu masalah dari berbagai segi dan sudut pandang, (h) Memiliki rasa humor yang luas, (i) Mempunyai daya imajinasi dan, (j) Orisinal dalam ungkapan gagasan dan dalam pemecahan masalah.

Sedangkan menurut Pentury faktor-faktor kreativitas dipengaruhi oleh (Pentury, 2017) (a) Faktor internal perusahaan, (b) Faktor Eksternal, (c) Latar belakang pendidikan, (d) Pelatihan dan pengembangan, (e) Pengalaman bekerja,)f) Kesejahteraan

KESIMPULAN

Dari uraian pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa pimpinan dan seluruh karyawan bekerja secara kooperatif dengan memiliki kemampuan berbahasa dan kreatifitas atau kreativitas linguistik sebagai salah satu praktik bahasa yang menjadi dampak perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di dunia kerja untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penjualan produk mereka yakni untuk mempengaruhi atau menarik perhatian masyarakat dalam mengetahui bahkan membeli produk mereka. Kreativitas linguistik pada praktiknya telah menimbulkan adanya komunikasi yang baik antara karyawan didalam sebuah perusahaan dan juga antara karyawan dengan masyarakat dalam memasarkan produk mereka.

Masukan dan saran, sebaiknya pimpinan dan seluruh karyawan harus mampu meningkatkan kompetensi kemampuan berbahasa dan kreativitas mereka sebagai alat untuk berkomunikasi kepada pelanggan dan mampu meyakinkan mereka atas kelebihan produk perusahaan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kepada Direktur Politeknik Bisnis Indonesia dan Pimpinan PT MNC SKY VISION Pematangsiantar atas dukungannya sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Sumiarti, S. A. Kuntoro, and Sutrisno, "Pola Pendidikan Cerdas Kreatif Berkarakter; Praksis Di Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto Jawa Tengah," J. Pembang. Pendidik. Fondasi dan Apl., vol. 4, no. 1, (2016):67-78.
- [2] S. Maryam, "Pengembangan Kreativitas Berbahasa dalam Menulis Esai," Educationist, vol. I, no. 2, (2007):103-115.
- [3] D. Zein and Wagiaty, "Bahasa Gaul Kaum Muda Sebagai Kreativitas Linguistik



Penuturnyapada Media Sosial Di Era Teknologi Komunikasi Dan Informasi,” J. Sosioteknologi, vol. 17, no. 2,(2018):236–245.

- [4] R. Ismayani, “Kreativitas Dalam Pembelajaran Literasi Teks Sastra,” J. Ilm. Program. Stud. Pendidik. Bhs. dan Sastra Indonesia., vol. 2, no. 2, (2017): 67–86.
- [5] S. N. Puteh, N. A. Ghazali, M. M. Tamyiz, and A. Ali, “Keprihatinan Guru Bahasa Melayu Dalam Melaksanakan Kemahiran Berfikir Secara Kritis Dan Kreatif,” J. Pendidik. Bhs. Melayu, vol. 2, no. 2, (2012): 19–31.
- [6] H. J. Pentury, “Pengembangan Kreativitas Guru dalam Pembelajaran Kreatif Pelajaran Bahasa Inggris,” Ilm. Kependidikan, vol. 4, no. 3 (2017): 265–272