

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA PT.INDACO WARNA DUNIA
CABANG TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

OLEH

SENTIA ANUGRAH

NIM : 19612216

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA PT.INDACO WARNA DUNIA
CABANG TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

NAMA : Sentia Anugrah
NIM : 19612216

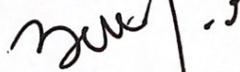
Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M
NIDN.1005108903/ Lektor

Pembimbing Kedua,



Betty Leindarita, S.E., M.M
NIDN. 1030087301/ Lektor

Mengetahui,



Ketua Program Studi,

Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M.
NIDN. 1011088902/ Lektor

Skripsi Berjudul

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA PT INDACO WARNA DUNIA
CABANG TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : SENTIA ANUGRAH

NIM : 19612216

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

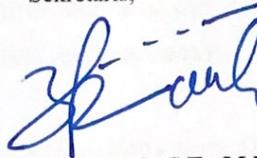
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



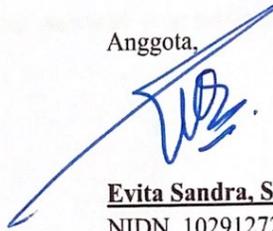
Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M
NIDN. 1005108903/ Lektor

Sekretaris,



Armansyah, S.E., M.M.
NIDN. 1020088403/ Lektor

Anggota,



Evita Sandra, S.Pd.Ek., M.M.
NIDN. 1029127202 / Lektor

Tanjungpinang,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Sentia Anugrah
NIM : 19612216
Tahun Angkatan : 2019
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.21
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Organisasi Pada PT. Indaco
Warna Dunia Cabang Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 12 Juli 2023

Penyusun,



Sentia Anugrah
NIM : 19612216

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Pertama-tama puji Syukur kupanjatkan kepada mu - Ya Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya.

Shalawat beserta salam ku hadiah kan kepada Nabi besar Muhammad SAW sebagai rasa syukur ku yang tidak terkira, ku persembahkan sebuah karya yang Sederhana ini

Skripsi ini untuk keluargaku tercinta terutama

Ibuku Sri Mulyati

Terima kasih atas segala dukungan baik berupa doa maupun materi. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah mulai dari lahir

Hingga beranjak dewasa sampai saat ini, semoga apa yang aku persembahkan

Ini bisa membuat kalian bangga dan bahagia sekeluarga

Almamaterku

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan

Tanjungpinang

HALAMAN MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia karena kebahagiaan dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Helen Keller)

Sometime, things were not meant to be us

*It just comes to our life to each us something so that we can be strong enough to
move on and continue our life*

(Nabilaishma)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur disampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua yang penuh dengan kekhilafan dalam bertindak dan berpikir. Sholawat dan salam diutarakan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta dengan keluarga dan para sahabatnya. Semoga di hari akhir kelak kita semuanya sebagai umatnya mendapatkan siraman syafa'atnya di yaumul akhir kelak. Penulis bersyukur bisa menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Analisis Komunikasi Organisasi pada PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang” dengan lancar tanpa memiliki kesulitan yang berarti.

Dalam penulisan proposal penelitian ini disadari begitu banyak pertolongan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karenanya, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si. Ak. CA. selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., M.Si. Ak. CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

4. Bapak Muhammad Rizki, M.HSc. selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M. selaku ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan serta saran untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Betty Leindarita, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang juga dengan ketulusan hati membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
8. Kepala Kantor beserta jajaran yang telah mengizinkan kepada saya untuk bisa meneliti di kantor Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang
9. Seluruh dosen dan staff STIE Pembangunan Tanjungpinang yang selalu membantu dalam proses belajar mengajar.
10. Terimakasih buat keluarga tercinta Ibu, dan kakak yang sudah mendoakan untuk kelancaran pembuatan skripsi ini.
11. Terimakasih kembali untuk teman-teman dan kamu yang sudah memberikan motivasi dengan memberikan semangat

Banyak kekurangan dan bahkan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran membangun guna menjadikan proposal penelitian ini lebih sempurna. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan referensi ilmu terkait dan juga

bagi siapapun yang membutuhkannya khususnya mahasiswa/mahasiswi jurusan manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 12 Juli 2023
Penulis

SENTIA ANUGRAH
NIM. 19612216

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Secara Teoritis.....	13
1.5.2 Secara Ilmiah.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Manajemen	16
2.1.2 Sumber Daya Manusia	19

2.1.3 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	20
2.1.4 Komunikasi.....	25
2.1.4.1 Definisi Komunikasi	25
2.1.5 Unsur-unsur Komunikasi	27
2.1.5.1 Definisi Unsur-unsur Komunikasi	27
2.1.6 Proses Komunikasi	30
2.1.6.1 Definisi Proses Komunikasi	30
2.2 Komunikasi Organisasi	32
2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi	32
2.2.2 Jenis Komunikasi Organisasi.....	34
2.2.3 Saluran Komunikasi Organisasi	38
2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi	40
2.2.3 Indikator-indikator Komunikasi Organisasi.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Penelitian Terdahulu	48
2.4.1 Jurnal Nasional.....	48
2.4.2 Jurnal Internasional.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Jenis Data	54
3.2.1. Data Primer.....	54
3.2.2. Data Sekunder	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.4.1 Populasi.....	57
3.4.2 Sampel.....	58
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	59
3.6 Teknik Pengolahan Data	59

3.6	Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1	Triangulasi.....	61
3.7	Jadwal Penelitian.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang.....	63
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang	63
4.1.2	Visi dan Misi PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang	64
4.1.3	Struktur Organisasi Depo Tanjungpinang.....	64
4.1.4	Tugas dan Tanggung Jawab.....	65
4.1.5	Keadaan Karyawan.....	67
4.1.6	Karakteristik Informan	69
4.2	Hasil Penelitian	70
4.2.1	Reduksi Data	98
4.2.2	Penyajian Data	104
4.2.3	Penarikan Kesimpulan.....	105
4.2.4	Triangulasi Sumber.....	106
4.3	Pembahasan.....	109
4.3.1	Pemahaman.....	109
4.3.2	Kesenangan.....	110
4.3.3	Mempengaruhi Sikap.....	112
4.3.4	Hubungan yang Semakin Baik	113
4.3.5	Tindakan	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omset <i>Sales</i>	11
Tabel 1.2 Laporan hasil prapenelitian.....	12
Tabel 3.1 Populasi.....	59
Tabel 3.2 Sampel.....	59
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian Tahun 2023	63
Tabel 4.1 Tugas Dan Tanggung Jawab Karyawan Pt. Indaco Warna Dunia	66
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.3 Jumlah Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	69
Tabel 4.4 Jumlah Karyawan Berdasarkan Masa Kerja	69
Tabel 4.5 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.6 Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
Tabel 4.7 Karakteristik Informan Berdasarkan Masa Kerja	71
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Pemahaman 1	72
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Pemahaman 1	73
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Kesenangan 1	74
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Kesenangan 2	74
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Mempengaruhi Sikap..	75
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Mempengaruhi Sikap.	76
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Hubungan Baik 1.....	77
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Hubungan Baik 2.....	77
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Tindakan 1.....	78
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Tindakan 2.....	79

Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Pemahaman 1	80
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Pemahaman 2	81
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Kesenangan 1	82
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Kesenangan 2	84
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Mempengaruhi Sikap..	85
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Mempengaruhi Sikap..	86
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Hubungan yang Baik..	88
Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Hubungan yang Baik..	89
Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Tindakan 1 (Staff)....	91
Tabel 4.27 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pada Indikator Tindakan 2 (Staff)....	92
Tabel 4.28 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 1	93
Tabel 4.29 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 2	94
Tabel 4.30 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 3	95
Tabel 4.31 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 4	96
Tabel 4.32 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 5	97
Tabel 4.33 Rekapitulasi Hasil Observasi Informan 6	98
Tabel 4.34 Reduksi Data	99
Tabel 4.35 Hasil Penyajian Data	105
Tabel 4.36 Triangulasi Sumber	107

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
	Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	49
	Gambar 3.1 Triangulasi Sumber	63
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	65

LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
1.	Pedoman Wawancara
2.	Rekapitulasi Wawancara
3.	Instrumen Observasi
4.	Rekapitulasi Observasi
5.	Foto Dokumentasi
6.	Surat Keterangan Objek Penelitian
7.	CV
8.	Cek Plagiat

ABSTRAK

ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI PADA PT INDACO WARNA DUNIA CABANG TANJUNGPINANG

Sentia Anugrah. 19612216. Manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: sentiaanugrah02@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang. Merupakan sebuah perusahaan perseroan terbatas yang bergerak dibidang manufaktur cat dekoratif.

Dalam suatu organisasi, komunikasi yang baik sangat diperluakaan untuk kelancaran roda organisasi. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

Subjek penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *Purpose Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pelaksanaan komunikasi organisasi di PT. Indaco Warna Dunia yaitu meliputi komunikasi vertikal dan horizontal. Dimana komunikasi dilakukan untuk menjalin dan mempertahankan kebersamaan, kekeluargaan dan membangun kerjasama yang baik dari atasan dan bawahan, dari bawahan ke atasan dan sesama karyawan.

Kata Kunci : Pemahaman, Kesenangan, Mempengaruhi Sikap, Hubungan baik, Tindakan

Dosen Pembimbing 1 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Betty Leindarita, S.E., M.M.

ABSTRACT

ORGANIZATIONAL COMMUNICATIONS ANALYSIS AT PT INDACO COLOR WORLD TANJUNGPINANG BRANCH

Sentia Anugrah. 19612216. Management STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: sentiaanugrah02@gmail.com

This study aims to analyze organizational communication carried out by leaders and employees in improving employee performance at PT. Indaco Warna Dunia Tanjungpinang Branch is a limited liability company engaged in the manufacturing of decorative paints.

In an organization, good communication is needed for the smooth running of the organization. The method used in this research is a qualitative research method.

The research subjects were selected using the Purpose Sampling technique. Data collection techniques were carried out through interviews, observation and documentation.

From the results of the research conducted, it is known that the implementation of organizational communication at PT. Indaco Warna Dunia which includes vertical and horizontal communication. Where communication is carried out to establish and maintain togetherness, kinship and build good cooperation from superiors and subordinates, from subordinates to superiors and fellow employees.

Keywords: Understanding, Pleasure, Affecting Attitudes, Good Relationships, Actions

Dosen Pembimbing 1 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Betty Leindarita, S.E., M.M.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini sebuah organisasi dituntut agar mampu menyesuaikan diri secara terus menerus untuk melakukan perubahan dan perbaikan. Salah satu sumberdaya organisasi yang sangat mempengaruhi proses pencapaian tujuan organisasi adalah manusia. Setiap organisasi pada umumnya mengharapkan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing tinggi sehingga mampu untuk menjalankan komunikasi yang baik dalam menjalankan setiap aturan yang sudah ditetapkan.

Individu dalam organisasi tentunya adalah tenaga kerja atau karyawan yang merupakan salah satu unsur dalam organisasi. Karyawan merupakan asset perusahaan yang terpenting dalam organisasi karena mereka dapat menggerakkan, melaksanakan serta merealisasikan tujuan organisasi dengan menggunakan perencanaan yang matang, modal serta kecanggihan teknologi. Karyawan bukan sekedar alat tetapi suatu personalitas yang rumit yang berinteraksi dalam situasi kelompok mengingat bahwa faktor manusia itu mutlak harus ada dalam organisasi bahkan melebihi faktor-faktor lainnya, sehingga perlu mendapatkan perhatian lebih serius dalam manajemennya.

Suatu perusahaan pada saat awal didirikan sampai dengan perkembangannya kini tidak bisa dilepaskan dari proses interaksi intens yang dibangun dengan berbagai pihak. Hubungan yang dibangun di dalam organisasi

tersebut, baik bersifat formal maupun informal dalam semua lapisan, pada kenyataannya memberikan pengaruh yang besar pada operasional organisasi tersebut.

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang bergerak dalam bidang bisnis baik jasa maupun barang, dimana organisasi ini berorientasi pada keuntungan yang diperoleh. Semakin berkembang suatu perusahaan maka keuntungan yang diperoleh semakin besar. Sehingga peran sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan sangat penting yang dalam hal ini disebut dengan karyawan. Setiap organisasi baik perusahaan maupun lainnya akan selalu berupaya agar para karyawan yang terlibat dalam kegiatan organisasi dapat memberikan prestasi dalam bentuk produktifitas kerja yang tinggi maka dari itu dibutuhkan komunikasi yang baik antar para karyawan, dari atasan kepada bawahan atau dari bawahan kepada atasan.

Organisasi sebagai suatu wadah atau kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama tidak mungkin terbangun dan sampai pada tujuannya tidak ada sistem yang menyatukan ke dalam organisasi tersebut. Salah satu sistem yang menyatukan dan menarik visi sehingga tetap berada pada haluan organisasi adalah komunikasi. Apalagi dengan perkembangan yang cukup pesat dunia usaha di Indonesia saat ini, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya, salah satunya adalah usaha dalam bidang ritel.

Perkembangan bisnis ini merupakan bagian dari trend dunia modern yang serba praktis yang berdampak terhadap perkembangan gaya hidup masyarakat. Masyarakat pun mengikuti tren perkembangan dari banyaknya variasi cat, sehingga mendorong para pelaku usaha ritel berlomba lomba menyediakan seluruh barang yang *up to date* dan berkualitas baik juga ramah lingkungan untuk para konsumen. Cara ini menjadi proses terus menerus sehingga menciptakan siklus, agar siklus perputaran berjalan dengan lancar dan sesuai dengan visi misi perusahaan. Dalam suatu organisasi lalu lintas komunikasi diatur berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi organisasi.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dirumah tangga, ditempat kerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya. Kurangnya komunikasi dalam organisasi yang baik dapat mempengaruhi suatu perusahaan.

Misalnya ketika perusahaan tersebut tiba-tiba mengeluarkan aturan baru tetapi tidak dikomunikasikan kepada anggota organisasi maka jalannya organisasi akan macet dan berantakan. Dari contoh diatas, bahwa dengan buruknya komunikasi dapat memberikan efek yang lebih besar bagi suatu perusahaan atau

organisasi, oleh sebab itu pentingnya komunikasi dalam organisasi perlu menjadi perhatian pengelola agar dapat membantu dalam pelaksanaan tugasnya.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan biasanya merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Kondisi seperti itu dapat mendorong perasaan untuk berpartisipasi akan lebih banyak menarik perhatian terhadap pekerjaan.

komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan suatu energi. Selain ikut andil dalam membangun iklim organisasi, komunikasi organisasi juga ikut membangun budaya organisasi.

Keberhasilan sebuah pimpinan organisasi berhubungan erat dengan komunikasi. Sebab dengan meningkatkan atau mengembangkan komunikasi maka suatu organisasi dapat meningkatkan kinerja organisasi. Banyak elemen universal yang membuat suatu komunikasi menjadi ideal elemen itu dapat digunakan untuk mengubah suatu organisasi yang berfungsi baik memilih hal-hal yang baik meliputi hal tersebut.

Komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan

kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum.

Hubungan keniscayaan antara organisasi dan komunikasi dapat dipahami berdasarkan pandangan operasional maupun konseptual. Pandangan operasional terkait dengan prinsip kerja organisasi, termasuk kerja organisasi dalam pencapaian tujuan organisasi, kewenangan manajemen dalam mempengaruhi perilaku karyawan melalui koordinasi untuk pengintegrasian dan pengarahan kegiatan internal organisasi dan penyesuaian kegiatan eksternal agar adaptif dengan lingkungan demi efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi. (Nawawy, 2017).

Effendy (2015) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap dan perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

Aktivitas komunikasi di perusahaan sentiasa disertai dengan tujuan yang ingin di capai bersama dalam kelompok dan masyarakat. Budaya komunikasi dan konteks komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara atasan dan bawahan. Sisi kedua antara pegawai yang satu dengan pegawai yang lain. Sisi ketiga adalah antara pegawai kepada atasan. Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai masing-masing pola. Diantara

kedua belah pihak harus ada *two-way-communications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai tujuan baik kelompok, cita-cita pribadi guna mencapai tujuan suatu organisasi.

Interaksi yang harmonis diantara para karyawan suatu organisasi, baik dalam hubungannya secara timbal-balik maupun secara horizontal diantara para karyawan secara timbal balik pula, disebabkan oleh komunikasi. Demikian pula interaksi antara pimpinan organisasi, apakah ia manajer tingkat tinggi (*top manager*) atau manajer tingkat menengah (*middle manager*) dengan khalayak luar organisasi.

Keputusan dari seorang pimpinan tidak datang secara tiba-tiba, tetapi melalui suatu proses. Pengambilan keputusan yang akan diwujudkan menjadi kegiatan kelompok merupakan hak dan kewajiban (tanggung jawab) dari pimpinan berupa wewenang dan wewenang itu dapat dilimpahkan. Proses komunikasi yang terjadi di dalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara pimpinan dan karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.

Komunikasi efektif tergantung dari hubungan atasan dan bawahan yang memuaskan yang dibangun berdasarkan kepercayaan atau suasana organisasi yang positif. Agar hubungan ini berhasil, harus ada kepercayaan dan keterbukaan antara

atasan dan bawahan. Pencapaian tujuan organisasi atas perusahaan tidak terlepas dari peran serta sumber daya manusia sebagai aktivitas perusahaan

sebagaimana telah ditetapkan, sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan karyawan di dalam perusahaan merupakan salah satu sumber daya manusia yang sangat penting dan dapat menentukan keberhasilan perusahaan. Adanya komunikasi dalam suatu organisasi akan membentuk suatu iklim komunikasi. Iklim komunikasi organisasi ada yang bersifat positif dan negatif. Iklim komunikasi organisasi yang bersifat positif dapat mendorong produktivitas kerja karyawan dalam suatu organisasi, sehingga lebih mempermudah tercapainya tujuan organisasi. Sebaliknya iklim komunikasi organisasi yang negatif, dapat menghambat produktivitas tinggi karyawan dalam organisasi yang mengakibatkan organisasi berjalan menuju keujung tanduk kehancurannya

Selain komunikasi formal diatas, dalam organisasi juga terdapat komunikasi informal. Komunikasi ini arah geraknya ke segala arah, tidak menentu karena merupakan interaksi diantara anggota dalam organisasi, biasa disebut selentingan (*grapevine*). Komunikasi informal terjadi karena karyawan merasa kurang puas dengan informasi yang diberikan oleh organisasinya, walaupun sering komunikasi ini tidak dapat dipercaya kebenarannya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi berhubungan dengan persepsi anggota perusahaan terhadap informasi dan peristiwa yang terjadi. Dengan begitu jika komunikasi berjalan positif diantara bawahan dan pimpinan, maka akan timbul suasana kerja yang penuh dengan persaudaraan, para anggota perusahaan berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota lain dan pimpinan. Hal ini dengan sendirinya dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

PT. Indaco Warna Dunia adalah perusahaan manufaktur Cat Dekoratif dengan merek unggulan ENVI, BELAZO, TOP SEAL dan lainnya yang dirintis, dikelola dan dikembangkan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) Lokal yang berkompeten. PT. Indaco Warna Dunia yang tumbuh dan berkembang besar di Indonesia sejak Tahun 2005. Perusahaan ini adalah murni investasi lokal oleh orang yang inovatif, kreatif dan agresif yang melihat kesempatan dalam industri cat, serta membuat produk ramah lingkungan dan memiliki latar belakang cat yang merupakan bagian dari kunci keuntungan bagi mereka untuk membuat dan bersaing dengan produsen cat sekarang. Perusahaan industri ini sudah melakukan *joint venture* bersama *Northstar*, perusahaan *Private Equity* yang berbadan hukum di Singapura sejak Januari 2015. Memiliki 98 cabang (Depo) yang tersebar diseluruh penjuru Indonesia dan berpusat di Jl. Raya Solo Sragen km. 13.2 Desa Pulosari Kec Kebakkramat Kabupaten Karanganyar Kota Solo.

Depo Tanjungpinang merupakan cabang ke 98 yang baru berdiri sejak 27 Juni 2022 ber alamat di Jl. Sei Serai no.6 Sei Jang, Kec Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang. Dimana stuktur organisasi yang mengurus kinerja karyawan adalah *Human Resource Department* (HRD) yang berada di kantor pusat mempunyai tugas membantu manajer depo dalam rangka mengatur kelancaran pelaksanaan manajemen karyawan serta manajer depo mengawasi jalanya operasional yang ada di setiap kantor cabang Tanjungpinang

Manajemen sumber daya manusia adalah rangkaian aktivitas organisasi diarahkan untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang efektif. Manajer memiliki peran besar dalam mengarahkan orang-orang yang

berada di organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan, termasuk memikirkan bagaimana memiliki manajemen sumber daya manusia (MSDM) yang mampu bekerja secara efektif dan efisien. Memang sudah menjadi tujuan umum bagian MSDM untuk mampu memberikan kepuasan kerja yang maksimal kepada pihak manajemen perusahaan yang lebih jauh mampu membawa pengaruh pada nilai perusahaan (*company value*) baik secara jangka pendek maupun jangka panjang (Jalil AS, 2018).

Namun pada kenyataannya, ada kendala-kendala lapangan yang mampu menghambat pelaksanaan kegiatan di perusahaan. Begitu pula permasalahan komunikasi di depo Tanjungpinang yaitu komunikasi yang terjadi didalam organisasi (*internal communication*). Dalam internal komunikasi secara vertical, horizontal, maupun diagonal masih sering terjadi kesulitan yang menyebabkan ketidaklancaran komunikasi antara bawahan kepada atasan.

Dengan terjadinya masalah pada 15 oktober 2022 atas keluhan pelanggan dari salah satu toko besar terhadap produk Indaco yang sangat mempengaruhi perusahaan cabang dengan menurunnya omset dikarenakan terjadinya *retur* barang dari toko tersebut kepada depo Tanjungpinang, dari permasalahan diatas yang mana *sales* sangat membutuhkan solusi serta bantuan dari manajer untuk menyelesaikan masalah yang ada, tetapi manajer bertindak seperti tidak mau tau atas apa yang sedang terjadi dengan tidak memberikan solusi apapun kepada *sales* maka terjadilah kesenjangan komunikasi dari bawahan kepada atasan dan menyebabkan komunikasi dua arah (*two way communication*) menjadi terhambat dan dirasakan tidak harmonis. Ketidak harmonisan komunikasi ini dapat

menimbulkan terjadinya hubungan kerja yang kurang baik, dan apabila hal ini dibiarkan dapat mempengaruhi produktivitas kerja yang menurunnya kauntitas kerja, dan manajemen waktu pada *sales*. Manajemen waktu *sales* menjadi menurun seperti contoh *sales* telat datang ke kantor, *sales* telat kunjungan ke toko toko yang rutanya sudah ditentukan oleh perusahaan setiap bulannya.

Dalam mengerjakan dan juga menyelesaikan pekerjaan tidak dapat dipungkiri bahwa berinteraksi dan saling bertukar informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan pekerjaan, baik itu tugas maupun masalah dalam organisasi di suatu perusahaan membutuhkan komunikasi yang efektif sehingga tidak terjadinya kesenjangan antara atasan maupun bawahan.

Masalah keluhan pelanggan diatas tidak dapat diselesaikan dengan cara berkerja sama antara manajer dan *sales*, padahal manajer atau pimpinan suatu organisasi mempunyai tugas bertanggungjawab atas segala sesuatu yang ada di perusahaan dimana untuk mencapai tujuan dari perusahaan yang telah ditentukan dibutuhkannya kerja sama serta komunikasi yang baik.

Dapat kita lihat pada tabel 1.1 perbandingan omset penjualan yang dicapai *sales* Rio Saputra yang mengalami kendala ketidakharmonisan dalam berkomunikasi ini dan omset penjualan dari *sales* Muhammad Amri sangat berbanding jauh dalam 3 bulan berturut-turut dari angka target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Disini jelas terlihat bahwa kuantitas kerja dari *sales* tersebut menurun pada saat terjadinya masalah akibat dari komunikasi yang tidak efektif di depo Tanjungpinang. Tidak tercapainya target sangat berpengaruh besar

pada penilaian dalam mempertimbangkan kenaikan kelas depo di mata pusat dan berdampak juga pada pendapatan perbulan *sales*, *reward* bulanan tentu tidak akan didapatkan.

Tabel 1.1

Omset Sales

Bulan	Nama Sales	Total Omset	Target Sales
Oktober	Rio Saputra	78.041.320.00	150.841.580.00
	M. Amri	95.031.355.00	101.841.580.00
November	Rio Saputra	14.891.070.00	97.718.682.00
	M. Amri	75.000.000.	97.718.682.00
Desember	Rio Saputra	12.876.400	60.515.747.00
	M. Amri	50.756.330.00	60.515.747.00

Sumber : Laporan Omset Sales Envipedia Administrasi Depo 2022

Komunikasi yang terjadi di depo Tanjungpinang antara pimpinan dan bawahan tidak selalu berlangsung dengan baik, pentingnya komunikasi untuk kelancaran kegiatan perusahaan masih kurang disadari oleh pihak perusahaan, khususnya bagi pimpinan perusahaan yang ada didepo Tanjungpinang. Seharusnya pimpinan di depo lebih menyadari pentingnya komunikasi sehingga komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan dapat terjalin, pimpinan yang kreatif, imajinatif, dan berinisiatif adalah pimpinan yang mudah memberikan solusi atas setiap permasalahan yang terjadi di organisasi. Sebaliknya bawahan berkewajiban untuk melaksanakan tugas-tugasnya, dalam pelaksanaan tugas atasan dan tugas bawahan diperlukan komunikasi yang efektif. Terjadinya

kesejangan komunikasi antara bawahan kepada atasan, karyawan dan pimpinan membuat tidak adanya hubungan personal yang baik antara kedua belah pihak.

Pernyataan ini peneliti dapatkan setelah melakukan pra penelitian diperusahaan yang menjadi objek penelitian. Permasalahan ini sudah tentu merupakan masalah yang sangat serius bagi perusahaan. Ini bisa mengakibatkan kerugian bagi perusahaan cabang yang mana pencapaian omset terganggu oleh sebab komunikasi yang tidak berjalan dengan baik.

Sebenarnya ada banyak cara untuk mengantisipasi ataupun meminimalisir permasalahan internal ini, seperti mengevaluasi hasil kerja atau permasalahan dituangkan ketika briefing pagi, tetapi briefing pagi tidak berjalan dengan semestinya, hanya sekedar foto untuk formalitas laporan ke kantor pusat. Inilah masalah yang diakibatkan oleh budaya komunikasi di dalam organisasi tersebut menjadi buruk. Oleh karena itu, komunikasi yang baik sangat penting dan menjadi alasan peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Komunikasi Organisasi di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Organisasi di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas untuk menghindari perbedaan penafsiran, maka perlu adanya batasan masalah didalam penelitian ini, sehingga pelaksanaan

penelitian jelas dan terarah. Mengingat luasnya cakupan masalah, keterbatasan waktu serta dana, maka peneliti membatasi masalah yang berkaitan dengan “Analisis Komunikasi internal Organisasi di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini untuk menganalisis Komunikasi Organisasi antara pimpinan dan bawahan di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris dan sumber pengetahuan yang nyata sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan guna mendapatkan informasi yang akurat, sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak lain yang berminat meneliti mengenai “Analisis Komunikasi Organisasi di PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang”.

1.5.2 Secara Ilmiah

Adapun Kegunaan Ilmiah yang diharapkan dari hasil penelitian yaitu Dapat memahami seberapa penting dan berpengaruhnya Keseimbangan Kehidupan Kerja sebagai tambahan pengetahuan dan penambahan wawasan dan pengembangan teori yang didapat selama melakukan pembelajaran dikampus.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai pembahasan penulisan ini, maka dari itu sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan secara singkat mengenai gambaran umum dari masalah penelitian yang dilakukan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup teori-teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan dan digunakan sebagai tinjauan atau landasan teori dalam menganalisis pemecahan masalah yang telah dikemukakan. Teori-teori ini diambil dari beberapa sumber literatur dan buku-buku rujukan yang saling mendukung untuk memecahkan permasalahan dan akhirnya mencapai tujuan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik populasi dan sampling, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil akhir dalam peneliti

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Manajemen

2.1.1.1 Definisi Manajemen

Menurut Stoner dan Gilbert (Nurdiansyah & Rahman, 2019) menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Dalam konteks suatu organisasi atau perusahaan, secara singkat istilah manajemen adalah apa saja yang telah direncanakan, distrukturkan, direalisasikan melalui tindakan, dan dalam tahap pengawasannya oleh kalangan manajerial bukan hanya untuk mencapai sasaran yang ditetapkan atau tujuan tertentu saja, melainkan harus bersifat efisien hingga mampu menjadi efektif (Foster & Sidharta, 2019)

Sedangkan menurut Robbins & Judge (2015), menyatakan bahwa manajemen adalah proses menyelesaikan sesuatu dengan melalui orang lain secara efektif dan efisien. Suatu proses yang mengacu pada serangkaian aktivitas yang sedang berlangsung dan saling terkait. Dalam definisi ini mengacu pada kegiatan atau fungsi utama yang dilakukan oleh para manajer (fungsi-fungsi manajemen). Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas dapat kita simpulkan bahwa

manajemen adalah suatu aktivitas yang membutuhkan orang lain sehingga dapat mencapai tujuan yang efektif dan efisien di suatu perusahaan.

2.1.1.2 Fungsi Manajemen

Menurut Syamsuddin (2017) menyatakan bahwa fungsi-fungsi manajemen mencakup:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga menciptakan suatu organisasi yang dapat digerakan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah di tentukan.

3. Penggerakan (*Motivating*)

Penggerakan adalah sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi mencapai tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

5. Penilaian (*Evaluation*)

Penilaian adalah fungsi organisasi administrasi dan manajemen yang terakhir. Definisinya ialah proses pengukuran dan perbandingan hasil pekerjaan yang nyatanya dicapai dengan hasil yang seharusnya dicapai.

Sedangkan menurut Syamsudddin (2017) terdapat 5 fungsi-fungsi manajemen yakni:

1. *Planning*, menentukan tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu.
2. *Organizing*, mengelompokkan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan itu.
3. *Staffing*, menentukan keperluan sumber daya manusia, pengarahan, penyaringan, latihan, dan pengembangan tenaga kerja.
4. *Motivating*, mengarahkan atau menyalurkan perilaku manusia kearah tujuan-tujuan.
5. *Controlling*, mengukur pelaksanaan dengan tujuan menentukan sebab-sebab penyimpangan dan pengambilan tindakan korelatif.

Menurut Syamsudddin (2017) mengemukakan 7 fungsi-fungsi manajemen yakni:

1. Pengambilan keputusan adalah proses pemilihan arah langkah yang harus diambil dan alternatif yang ada untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. Pengorganisasian adalah proses penentuan struktur dan alokasi kerja

3. Pengisian staff adalah proses yang dilakukan para manajer untuk menseleksi, melatih, mempromosikan, dan membebas tugaskan bawahan.
4. Perencanaan adalah proses seorang manajer akan masa depan dan menentukan alternatif arah langka yang terbuka untuknya.
5. Pengawasan adalah proses mengukur pelaksanaan yang berlaku sekarang dan memberpaduan kearah sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.
6. Komunikasi adalah proses pengalihan ide kepada orang lain untuk keperluan mencapai hasil yang diinginkan.
7. Mengarahkan adalah proses bimbingan pelaksanaan para bawahan menuju kesasaran bersama.

2.1.2 Sumber Daya Manusia

2.1.2.1 Definisi Sumber Daya Manusia

Menurut Almasri (2013) mengenai pengertian Sumber Daya Manusia yaitu:

- a. Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi (disebut juga personil, tenaga kerja, pekerja atau karyawan).
- b. Sumber daya manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.
- c. Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material/non financial) di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dan non-fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

Menurut Susan (2019) Sumber daya manusia adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai asset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.

Dalam rangka persaingan ini organisasi/perusahaan harus memiliki sumber daya yang tangguh. Sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan tidak dapat dilihat dari satu kesatuan yang tangguh membentuk suatu sinergi. Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang dimiliki akal perasaan, keinginan, keterampilan, dorongan, daya, dan karya. SDM berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan.

2.1.3 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.3.1 Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Malayu (2014) Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja, agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan.

Sedangkan menurut Hamali (2018) menyatakan manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada unsur sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia mempunyai tugas untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang puas akan pekerjaannya.

Menurut Malayu (2014) menyatakan sumber daya manusia adalah suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan

pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni, agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya manajemen sumber daya yang baik akan menghasilkan sumber daya yang berkompeten baik dalam perencanaan dan pengorganisasian di suatu perusahaan guna mencapai tujuan organisasi.

2.1.3.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Sedarmayanti (2017) bahwa ada dua fungsi dalam manajemen sumber daya manusia, yaitu fungsi manajerial MSDM dan fungsi operasional MSDM.

1. Fungsi manajerial MSDM
 - a. Perencanaan, setiap manajer harus menyadari pentingnya perencanaan, manajer perlu mencurahkan perhatian untuk fungsi perencanaan
 - b. Pengorganisasian, setelah tindakan yang semestinya ditetapkan, maka akan ditetapkan organisasi beserta pegawai untuk melaksanakannya.
 - c. Pengawasan merupakan fungsi pengawasan adalah untuk mengadakan pengamatan dan pemeriksaan atas pelaksanaan yang akan dibandingkan dengan rencana. Bila terjadi penyimpangan, diambil tindakan koreksi atau penyusunan kembali rencana untuk penyesuaian yang diperlukan atas penyimpangan yang tidak dapat dihindari.
2. Fungsi Operasional MSDM

- a. Pengadaan, kegiatan memperoleh SDM tepat dari kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b. Pengembangan SDM, pegawai harus dikembangkan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, sikap melalui pengembangan dan pelatihan agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.
- c. Pemberian kompensasi, fungsi dari balas jasa merupakan pemberian penghargaan langsung dan tidak langsung, dalam bentuk material dan non material yang layak dan adil kepada pegawai atas kontribusi mereka dalam tercapainya tujuan perusahaan.
- d. Pengintegritas pegawai, fungsi pengintegrasian berusaha untuk mendapatkan keamanan bagi kepentingan pegawai, perusahaan, dan masyarakat. Perusahaan perlu memahami perasaan dan sikap pegawai agar dapat digunakan untuk mengambil keputusan kebijakan terkait masalah SDM.
- e. Pemeliharaan pegawai, fungsi pemeliharaan pegawai berkaitan dengan usaha untuk mempertahankan keseimbangan dari keadaan yang telah dicapai melalui fungsi sebelumnya. Dua aspek utama pegawai yang dipertahankan dalam fungsi pemeliharaan adalah sikap positif pegawai terhadap pekerjaan dan kondisi fisik pegawai.
- f. Pemutusan hubungan kerja, fungsi pemutusan hubungan kerja akan kompleks dan penuh tantangan karena pegawai akan meninggalkan perusahaan walaupun belum habis masa kerjanya oleh karena itu,

menjadi tanggungjawab perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan yang ditimbulkan akibat dari tindakan pemutusan kerja, seperti memberi uang pesangon, uang ganti rugi, dan hak pension.

Sedangkan menurut Hasibuan (2016) fungsi sumberdaya manusia yakni:

1. Perencanaan suatu proses merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan.
2. Pengorganisasian merupakan kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi koordinasi dalam bagan organisasi.
3. Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dengan bekerja secara efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.
4. Pengendalian adalah kegiatan pengendalian semua karyawan agar menaati peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat penyimpangan atau kesalahan, ditiadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana.
5. Pengadaan adalah proses seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
6. Pengembangan adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan.

7. Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung atau tidak langsung dapat berupa barang atau uang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan.
8. Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerja sama yang sesuai dan saling menguntungkan.
9. Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau untuk meningkatkan kondisi fisik, mental dan loyalitas karyawan, agar mereka tetap mau bekerja sampai pensiun.
10. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan perusahaan dan norma-norma social.

Sedangkan menurut Hamali (2018) mengemukakan fungsi manajemen sumberdaya manusia yakni:

1. Pengadaan tenaga kerja terdiri dari :
 - a. Perencanaan sumber daya manusia
 - b. Analisis jabatan
 - c. Penarikan karyawan
 - d. Penempatan kerja
 - e. Orientasi kerja
2. Pengembangan tenaga kerja mencakup :
 - a. Pendidikan dan pelatihan
 - b. Pengembangan
 - c. Penilaian prestasi kerja

3. Pemberian balas jasa mencakup :
 - a. Balas jasa langsung terdiri dari :
 1. Gaji/upah
 2. Insentif
 - b. Balas jasa tak langsung terdiri dari :
 1. Tunjangan
 2. Pelayanan/kesejahteraan
4. Integritas mencakup :
 - a. Kebutuhan karyawan
 - b. Motivasi kerja
 - c. Kepuasan kerja
 - d. Disiplin kerja
 - e. Partisipasi kerja
5. Pemeliharaan tenaga kerja mencakup
 - a. Komunikasi kerja
 - b. Kesehatan dan keselamatan kerja
 - c. Pengendalian konflik kerja
 - d. Konseling kerja
6. Pemisahan tenaga kerja mencakup pemberhentian kerja

2.1.4 Komunikasi

2.1.4.1 Definisi Komunikasi

Menurut Apriadi (2013) pengertian komunikasi dalam bahasa inggrisnya adalah “*communication*” yang berasal dari bahasa latin “*communis*”. *Communis*

atau dalam bahasa Inggris disebut dengan “*common*” yang mempunyai arti yang sama. Jadi, apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commonness*) dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi pengertian komunikasi adalah sebagai proses “menghubungi” atau “mengadakan perhubungan”.

Menurut Wibowo (2014) komunikasi adalah proses dimana informasi, arti dan makna dikirimkan *sender* (komunikator) kepada *receiver* (komunikasi/penerima). Pada konteks pekerjaan yang dilakukan dalam tim diselesaikan secara interdependen, saling bergantung dan menyangkut komunikasi diantara anggotanya.

Salah satu keterampilan yang harus seorang pemimpin miliki pada suatu organisasi adalah komunikasi secara efektif. Seorang pemimpin harus dapat menyampaikan informasi yang dapat dipahami dengan jelas agar para bawahan dapat mengerjakan pekerjaannya dengan baik. Komunikasi merupakan faktor penting dalam sebuah organisasi karena organisasi merupakan sekumpulan orang-orang yang melakukan aktivitas bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Komunikasi juga suatu proses karena merupakan suatu seri kegiatan yang terus menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu berubah-ubah, dimana komunikasi juga melibatkan variasi saling berhubungan yang kompleks yang tidak pernah ada duplikat dalam cara yang persis sama.

Proses komunikasi pada hakikanya merupakan proses penyampaian pesan antar manusia baik secara kelompok maupun secara individual dari satu pihak

antar manusia baik secara kelompok maupun secara individual dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam proses penyampaian pesan tersebut juga mengandung arti adanya pembagian pesan (*sharing of information*) yang cenderung mengarah ke pencapaian titik tertentu sampai disepakatinya makna suatu pesan antar pihak yang berkomunikasi. (Yodiq, 2015)

Sedangkan menurut Cangara (2018) berpendapat bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

2.1.5 Unsur-unsur Komunikasi

2.1.5.1 Definisi Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Wardhani (2016) unsur-unsur komunikasi meliputi :

1. Unsur Sumber

Sumber ini dapat berupa perorangan seperti dalam komunikasi individual seseorang dengan seseorang atau seorang dengan beberapa orang.

2. Unsur Pesan

Meliputi semua materi atau isi yang dikomunikasikan antara peserta dalam komunikasi, baik *linguistic language* maupun *non linguistic language* (*verbal symbols* ataupun *non verbal symbols*).

3. Unsur Penerima

Merupakan sasaran komunikasi, bisa berdiri dari satu orang atau beberapa orang atau lembaga/ organisasi.

4. Unsur Saluran

Merupakan sarana dimana pesan disampaikan sehingga pesan itu bisa kita inderai.

5. Unsur Efek

Merupakan hasil dari suatu kegiatan komunikasi, merupakan tujuan dari peserta di dalam proses komunikasi (baik sumber maupun penerima)

Menurut Angriana (2016) unsur komunikasi yang didalamnya terdiri dari: sumber informasi, pesan, pengirim sinyal, saluran, penerima, sinyal yang diterima, tujuan dan sumber gangguan.

Sedangkan Menurut Cangara (2017) mengatakan bahwa komunikasi hanya bisa disebut apabila memiliki unsur-unsur pendukung yang membangun, yakni :

1. Sumber

Sumber sebagai pembuat pengirim informasi. Dalam komunikasi antara manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, lembaga atau Negara.

2. Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima, pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka ataupun

melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat atau propaganda.

3. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Bentuk media yang digunakan adalah media cetak, media elektronik, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, dan saluran komunikasi sosial.

4. Penerima

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran dikirimnya pesan dari sumber. Penerima terdiri dari satu orang atau lebih, dan bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, aparat atau Negara. Selain itu penerima biasa disebut dengan bermacam istilah, seperti khalayak, komunikan, konsumen, klien, dan target.

5. Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

6. Tanggapan baik

Tanggapan baik atau feedback adalah bentuk daripada pengaruh yang diterima oleh penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi. faktor ini terdiri dari empat macam, yaitu lingkungan fisik, psikologi, sosial budaya dan dimensi waktu.

2.1.6 Proses Komunikasi

2.1.6.1 Definisi Proses Komunikasi

Menurut Kurniawan (2016) proses komunikasi adalah ketika manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi. Menyampaikan pesan guna mewujudkan motif komunikasi, proses komunikasi adalah urutan peristiwa. Maka dari itu proses komunikasi dapat diartikan sebagai urutan peristiwa yang terjadi ketika manusia menyampaikan pesan kepada manusia lain. Proses komunikasi menurut Vardiansyah dibagi menjadi tujuh proses yaitu :

1. Tahap Pengintegrasian

Tahap diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi didalam diri komunikator tahap 1 bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan dan rasakan ke dalam pesan.

2. Tahap Penyandian

Ditahap ini masih terjadi di dalam diri komunikator, berawal sejak pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan akal budi manusia ke dalam lambing komunikasi

3. Tahap pengiriman

Tahap ini terjadi saat komunikator melakukan tindak komunikasi, mengirimkan lambing komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang berfungsi sebagai *transmitter*, alat pengirim pesan.

4. Tahap perjalanan

Tahap 4 terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim (*transmit*) sehingga pesan diterima (*receive*). Jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada komunikan disebut saluran komunikasi.

5. Tahap penerimaan

Tahap ini ditandai dengan diterimanya lambing komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan. Peralatan jasmaniah komunikan bertindak sebagai *receiver*, alat penerima.

6. Penyandian Balik

Pada tahap ini terjadi pada diri komunikan, bermula sejak lambung komunikasi diterima melalui peralatan jasmaniah yang berfungsi sebagai *receiver* hingga akal budi manusia berhasil mengurainya. Proses tersebut dinamakan *decoding*, penyandian balik.

7. Penginterpretasian

Tahap terakhir juga terjadi dalam diri komunikan, berawal sejak lambing komunikasi diurai ke dalam bentuk pesannya. Pada tahap ke 7 ini relative sama dengan tahap yang pertama sehingga disebut proses penginterpretasian.

Menurut Indardi (2016) menyatakan bahwa proses komunikasi adalah mengenai bagaimana pesan dari komunikan dapat diterima oleh komunikator. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat penciptaan pesan sampai pesan tersebut dipahami oleh komunikan sehingga komunikan mampu memberikan responnya.

Sedangkan menurut Hamza (2022) menyatakan bahwa proses komunikasi adalah bukan berbicara mengenai proses penyampaian pesan melainkan sebagai proses berbagi dan berdialog yang saling mempengaruhi.

2.2 Komunikasi Organisasi

2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi adalah merupakan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit komunikasi yang merupakan bagian suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara yang satu dan lainnya. Komunikasi organisasi terjadi setidaknya satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan, karena focus komunikasi organisasi itu adalah anggota-anggota organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan fungsi dari berbagai aktivitas yang terdapat pada organisasi untuk memperlihatkan kepada setiap anggota bahwa organisasi memberikan mereka kebebasan mengambil resiko, memberi tanggung jawab dalam menjalankan pekerjaan, memberi kepercayaan lebih, mendapatkan berbagai informasi yang dapat dipercaya dan keterlibatan mereka sangat berguna bagi setiap keputusan yang diambil dan nantinya akan dijalankan oleh organisasi (Pangumpia, 2013).

Menurut Ardial (2018) komunikasi organisasi adalah merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti didalam suatu organisasi. Komunikasi organisasi adalah bagaimana organisasi mewakili, menghadirkan,

dan membentuk iklim dan budaya organisasi mereka. Sikap serta nilai dan tujuan menjadi ciri organisasi dan anggotanya.

Menurut Ruliana (2014) mengatakan bahwa definisi dari komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan serta pertunjukan pesan diantara unit-unit komunikasi yang adalah bagian dari suatu organisasi dan di dalam suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara satu unit dengan unit lainnya dan berfungsi dalam sebuah lingkungan organisasi. Komunikasi organisasi akan terjadi di dalam suatu sistem yang terbuka dan kompleks serta dipengaruhi oleh lingkungannya melibatkan pesan dan saluran, media, tujuan, dan arah. Dan juga komunikasi organisasi akan melibatkan orang-orang, perasaan, sikap mereka, serta hubungan keterampilan.

Sedangkan menurut Syafaruddin (2015) menjelaskan bahwa komunikasi adalah pemindahan dan pemaham atas pemberian arti. Suatu proses atas penekanan pemindahan makna, jika informasi atau gagasan tidak dikoversi, maka komunikasi tidak akan terjadi. Pembicara adalah orang yang menyiapkan informasi dan menyampaikannya untuk dipahami pendengar atau penerima pesan. Serta bagaimana mengawasi aliran informasi jangan sampai tidak dikomunikasikan. Karena lebih penting lagi komunikasi mencangkup pemahaman terhadap makna.

Komunikasi organisasi merupakan kebutuhan individu dalam organisasi. Bagi individu dalam organisasi. Bagi individu dengan kebutuhan komunikasi yang kompleks membutuhkan argumentatif yang komunikasi alternatif sebagai

kostruk interpersonal yang dinamis berdasarkan fungsi komunikasi, kecukupan komunikasi, pengetahuan, penilaian, dan keterampilan (Light, David, Naughton, 2014).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses interaksi yang didalamnya terdapat maksud saling melengkapi, memperbaiki serta membenahi persoalan atas masalah yang dialami seseorang yang terlibat dalam komunikasi. Oleh sebab itu agar komunikasi berjalan dengan semestinya. Apalah arti sebuah organisasi jika tidak berjalan secara efektif, kemampuan komunikasi pemimpin dalam organisasi ikut menentukan efisensi dan efektivitas suatu perusahaan. (Hafidhuddin & Tanjung, 2019).

2.2.2 Jenis Komunikasi Organisasi

Manusia sebagai makhluk sosial yang berhubungan dengan orang disekitarnya, salah satunya dengan melakukan komunikasi. Jenis komunikasi yang digunakan menjadi faktor untuk menentukan keaktifan dalam berkomunikasi. Secara garis besar, komunikasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Komunikasi verbal maupun non verbal dapat berlangsung satu atau dua arah (Asmuji, 2014).

1. Komunikasi Verbal

Merupakan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung atau melalui telpon, telekonferen, tulisan dan lain sebagainya. Kemampuan menggunakan komunikasi verbal secara efektif penting bagi

administrator dan manajer, karena dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan, strategi untuk mencapai tujuan.

2. Komunikasi Non Verbal

Merupakan komunikasi yang penyampainnya tidak diucapkan atau ditulis, tetapi dengan bahasa tubuh (Asmuji, 2014). Komunikasi non verbal dapat berupa gerakan tubuh, posisi tubuh, ekspresi wajah, tatapan mata, jarak, sentuhan, pakaian dan nada suara (Robbins & Judge, 2017).

Menurut Sutrisno (2017) menjelaskan jenis komunikasi ke dalam beberapa jenis, yakni:

1. Komunikasi Verbal

Bentuk komunikasi verbal adalah yang paling banyak digunakan dalam organisasi. Oleh karena itu, penting bagi seorang pemimpin untuk mengetahui lebih tentang komunikasi verbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata baik yang dinyatakan secara lisan dan tertulis. Komunikasi verbal adalah karakteristik khusus dari manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam makna melalui kata. Kemampuan untuk menggunakan komunikasi verbal secara efektif sangat penting, karena dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan identifikasi tujuan, mengembangkan strategi dan perilaku untuk mencapai tujuan.

Komunikasi verbal dapat dibedakan yaitu antara komunikasi lisan dan komunikasi tertulis. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar mempengaruhi tingkah dan perilaku penerima. Sedangkan komunikasi tertulis, dimana keputusannya akan disampaikan oleh pimpinan dikodekan dalam simbol tertulis yaitu dalam kertas atau di tempat lain yang dapat dibaca, kemudian dikirim ke karyawan yang dimaksudkan.

2. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non-verbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal karena keduanya bekerja sama dalam proses komunikasi. Dengan komunikasi non-verbal anda dapat memberikan penekanan, pengulangan, melengkapi, dan menggantikan komunikasi verbal, sehingga lebih mudah ditafsirkan artinya. Maksudnya adalah komunikasi non-verbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, suara, kontak mata, ekspresi wajah, jarak jauh dan sentuhan. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa semua peristiwa dalam situasi komunikasi yang tidak terkait dengan kata-kata yang diucapkan atau ditulis.

3. Komunikasi dari Atas ke Bawah

Komunikasi dari atas ke bawah dimulai dari manajemen puncak dan kemudian mengalir melalui tingkat manajemen ke garis terendah dan karyawan staff. Tujuan utama komunikasi dari atas ke bawah yaitu dengan memberikan arahan, informasi, intruksi serta saran dan penilaian kepada

karyawan/pegawai dengan memberikan informasi kepada anggota organisasi tentang tujuan dari kebijaksanaan organisasi. Pesan atau berita ke bawah dapat berbentuk penulisan atau lisan, dan biasanya disampaikan melalui catatan, laporan atau dokumen lain, bulletin rapat/pertemuan, dan percakapan dengan melalui interaksi orang per orang atau kelompok kecil.

4. Komunikasi dari Bawah ke Atas

Adapun fungsi utama komunikasi dari bawah ke atas adalah untuk memberikan informasi pada tingkat manajemen yang lebih tinggi tentang apa yang terjadi pada tingkat yang lebih rendah. Jenis komunikasi ini meliputi laporan berkala, penjelasan, ide, dan permintaan untuk keputusan. Dalam hal ini dapat dilihat sebagai data atau informasi feedback untuk manajemen atas. Seorang manajer harus memiliki rasa percaya akan bawahannya untuk mencapai keberhasilan saluran komunikasi ini.

5. Komunikasi Lateral atau Horizontal

Komunikasi Lateral atau Horizontal merupakan komunikasi yang mencakup hal-hal seperti dibawah ini :

- a. Komunikasi di antara anggota dalam kelompok kerja yang sama. Yaitu komunikasi yang dilakukan antara sesama rekan kerja, antar pegawai dengan pegawai lainnya.
- b. Komunikasi yang terjadi antara departemen-departemen pada tingkat organisasi yang sama.

Bentuk komunikasi ini pada dasarnya bersifat koordinatif, dan merupakan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Oleh karena itu, untuk komunikasi ini

dirancang guna mempermudah koordinasi dan penanganan masalah. Komunikasi lateral, selain membantu koordinasi kegiatan-kegiatan lateral, komunikasi ini juga dapat menghindari prosedur- prosedur pemecahan masalah yang lambat.

2.2.3 Saluran Komunikasi Organisasi

Saluran komunikasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan atau mendistribusikan suatu pesan dengan tujuan memperoleh respons atau timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa. Dimana saluran interpersonal bersifat telepon, SMS, BBM, Line, WhatsApp, dan sebagainya. Saluran massa yaitu media massa yang berupa media cetak dan elektronik. Masing- masing dari media ini memiliki pengaruh yang berbeda, tergantung dari tujuan komunikasi yang akan dicapai oleh organisasi.

Saluran komunikasi organisasi tersebut memperlihatkan adanya variasi metode dan media komunikasi yang digunakan dalam organisasi. Metode komunikasi yang digunakan dapat berbentuk lisan, atau kombinasi tulisan dan lisan yang bersifat komunikasi dua arah secara timbal balik. Sedangkan media komunikasi yang digunakan bersifat khusus seperti internet, DVD, facesmile, poster, dan lain sebagainya. (Poppy, 2014).

Menurut Asmuji (2014) komunikasi formal membentuk saluran komunikasi. Saluran komunikasi formal ditentukan oleh struktur organisasi. Saluran komunikasi formal dibagi menjadi tiga yang meliputi komunikasi vertikal, lateral, dan diagonal

1. Komunikasi Vertikal

Merupakan aliran komunikasi yang terjadi dari atasan ke bawahan atau dari bawahan ke atasan memang penting dalam suatu organisasi (Fitriyani, 2013). Komunikasi dari atasan ke bawahan, biasanya terkait tanggung jawab dan wewenangnya dalam organisasi. Komunikasi ini bertujuan untuk memberikan pengarahan, informasi, intruksi, saran, masukan serta penilaian. Bentuk komunikasi dari atasan ke bawahan bisa dalam tulisan maupun lisan. Sedangkan komunikasi dari bawahan ke atasan bertujuan untuk memberikan informasi atau umpan balik ke atasan terkait kebijakan, pengarahan, intruksi, dan pengaturan (Robbins & Judge, 2017).

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal atau literal, yaitu komunikasi antara sesama seperti karyawan kepada karyawan, pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir dibagian yang sama didalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral, atau komunikasi horizontal ini dapat memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan masalah dan memecahkan yang lainnya, dimana individu yang berbeda lingkungan melakukan pertukaran pesan dalam konteks yang spesifik melalui satu atau lebih dan masing-masing memberikan feedback. Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antara anggota staff dengan staff, karyawan sesama karyawan, komunikasi horizontal tidak bersifat formal, mereka berkomunikasi tidak pada waktu jam bekerja. (Fitriyani, 2013).

3. Komunikasi Lintas-Saluran atau Diagonal

Merupakan komunikasi yang menyilang atau memotong garis perintah organisasi. Komunikasi diagonal dilakukan antara dua orang yang memiliki kedudukan, tugas dan fungsi yang berbeda. (Asmuji, 2014).

Penataan organisasi tidak terpisahkan dari fungsi komunikasi secara efektif terhadap kemampuan mengantisipasi perubahan lingkungan dengan perkembangan internal organisasi itu sendiri. Selain itu, ada beberapa pihak mengatakan bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Maka dari itu sangat diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, baik itu seorang pengusaha, guru, karyawan ataupun politisi. Komunikasi dengan baik akan memberikan pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai tujuan yang diinginkan ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Fitriyani (2013) fungsi komunikasi dalam sebuah kelompok atau organisasi yaitu: kontrol, motivasi, ekspresi emosional dan informasi. Komunikasi dengan cara tertentu bertindak untuk mengontrol perilaku anggota. Organisasi memiliki hirarki otoritas dan garis panduan formal yang wajib ditaati oleh karyawan. Fungsi terakhir komunikasi berhubungan dengan perannya dalam memfasilitasi pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang dibutuhkan oleh individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan cara

menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan alternatif yang ada.

Menurut Muhith & Siyoto (2019) fungsi utama komunikasi dalam organisasi ada 4 meliputi *informatif*, pengendalian (*regulatory*), *persuasif*, *integratif* komunikasi dalam organisasi berfungsi sebagai berikut :

1. *Informatif*

Atasan dan anggota organisasi membutuhkan informasi untuk menyelesaikan pekerjaan. Informasi itu berkaitan dengan upaya untuk mencapai tujuan organisasi. (Muhith & Siyoto, 2019).

2. Pengendalian (*Regulatory*)

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah juga laporan. Fungsi dari regulatife dipengaruhi dua hal, yang pertama atasan yang mempunyai kewenangan untuk mengendalikan dan memberi instruksi atas semua informasi kepada bawahan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*.

3. *Persuasif*

Dalam mengatur organisasi, kekuasaan dan wewenang tidak selalu membuahkan hasil sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh sebab itu banyak atasan mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab hasil yang dikerjakan atas dasar sukarela dari karyawan akan lebih menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding apabila pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan wewenangnya.

4. *Integratif*

Setiap organisasi menyediakan saluran untuk bawahan dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik. Permasalahan atau pekerjaan tidak efektif apabila dikerjakan sendiri. Fungsi dari integratif adalah mendorong bawahan untuk menjalin komunikasi dengan seksama untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Sedarmayanti (2018) terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yakni:

1. Fungsi Umum Komunikasi

Fungsi umum komunikasi menyampaikan/memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan pekerjaan sesuai kompetensinya. Menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta, termasuk menjual sikap organisasi dan sikap sesuatu yang merupakan subjek layanan. Meningkatkan kemampuan karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi. Menentukan apa dan bagaimana membagi pekerjaan atau siapa menjadi atasan dan menjadi bawahan, besaran kekuasaan dan wewenang, serta menentukan bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia (SDM), dan mengalokasikan manusia, mesin, metode, dan teknik organisasi.

2. Fungsi Khusus Organisasi

Fungsi khusus organisasi untuk membuat karyawan melibatkan diri ke dalam isu organisasi lalu menterjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah

sebuah perintah. Menciptakan dan menangani dan mengambil keputusan dalam suasana ambigu dan tidak pasti.

Dalam kenyataan yang ada komunikasi akan muncul dalam setiap proses organisasi. Bahkan dapat diilustrasikan bahwa komunikasi diibaratkan manusia yang kekurangan aliran darahnya, apabila kurang darahnya manusia yang menjadi lemah, demikian pula sebaliknya. Maka dari itu komunikasi yang baik harus selalu dijaga agar tetap stabil sehingga tidak menimbulkan apa yang disebut *miss communication*.

2.2.3 Indikator-indikator Komunikasi Organisasi

Menurut Santoso (2013) terdapat 6 indikator komunikasi yakni :

a. Kepercayaan

Kepercayaan adalah personel di semua tingkat harus berusaha untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan.

b. Pembuatan Keputusan Bersama

Para karyawan di semua tingkatan dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai di semua tingkat harus diberi kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.

c. Kejujuran

Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan dalam organisasi, dan para pegawai mampu mengatakan “apa yang ada dalam pikiran mereka” tanpa mengidahkan apakah mereka berbicara dengan sesama karyawan, bawahan, atau atasan.

d. Keterbukaan

Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang atau bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasi, para pimpinan dan rencana-rencananya.

e. Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas

Personel di dalam setiap tingkat organisasi harus mendengarkan saran atau laporan masalah yang dikemukakan personel di setiap tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka. Informasi dari bawahan harus dipandang cukup penting untuk dilaksanakan kecuali ada petunjuk yang berlawanan.

f. Perhatian pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi

Personel di semua tingkat dalam organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, produktivitas tinggi,

kualitas tinggi, biaya rendah demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota lainnya.

Menurut Saputra (2014) terdapat beberapa indikator proses dalam komunikasi dalam organisasi internal di dalam suatu organisasi yaitu sebagai berikut :

a. *Downward Communication*

Yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya guna mendapatkan timbal balik. Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah yakni:

- a. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja kepada pegawai
- b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas itu
- c. Penyampaian informasi mengenai peraturan yang berlaku di dalam organisasi
- d. Pemberian motivasi kepada pegawai untuk bekerja lebih baik dari sebelumnya

b. *Upward communication*

Yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atasan antara lain: Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan oleh bawahan.

- a. Penyampaian informasi tentang persoalan pekerjaan maupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.

b. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaan yang telah dilakukannya.

c. *Horizontal communication*

Yaitu komunikasi yang berlangsung di antara para pegawai ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal dalam satu organisasi, yaitu:

- a. Memperbaiki koordinasi tugas sesama pegawai
- b. Upaya pemecahan masalah sesama pegawai
- c. Saling berbagi informasi sesama pegawai
- d. Upaya pemecahan konflik sesama pegawai
- e. Membina hubungan melalui kegiatan bersama

Menurut Kusuma (2013) ada 5 indikator komunikasi organisasi dimana penyampaiannya dapat dinilai efektif jika seseorang pengirim pesan mampu menyampaikan makna yang sebenarnya atau makna yang dimaksudkan. 5 indikator komunikasi organisasi ini akan peneliti gunakan pada penelitian ini, yakni:

a. Pemahaman

Dimana seseorang dikatakan paham jika penerima dapat dengan cermat mengerti apa yang dimaksud dengan pengirim pesan.

b. Kesenangan

Yaitu berkaitan dengan perasaan orang yang saling berinteraksi, maksudnya adalah apabila proses komunikasi itu berhasil menyampaikan informasi juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan

kedua belah pihak. Tujuan dari komunikasi tidak hanya menyampaikan pesan akan tetapi dapat berlangsung secara menyenangkan dan memupuk hubungan insani.

c. Mempengaruhi sikap

Komunikasi dengan mempengaruhi sikap apabila seorang komunikan setelah menerima pesan sikapnya berubah sesuai dengan pesan yang disampaikan. Tindakan mempengaruhi sikap orang lain ini merupakan bagian dari kehidupan di perkantoran. Dengan tujuan orang lain memahami pesan yang disampaikan dan menyetujui sesuai keinginan.

d. Hubungan yang semakin baik

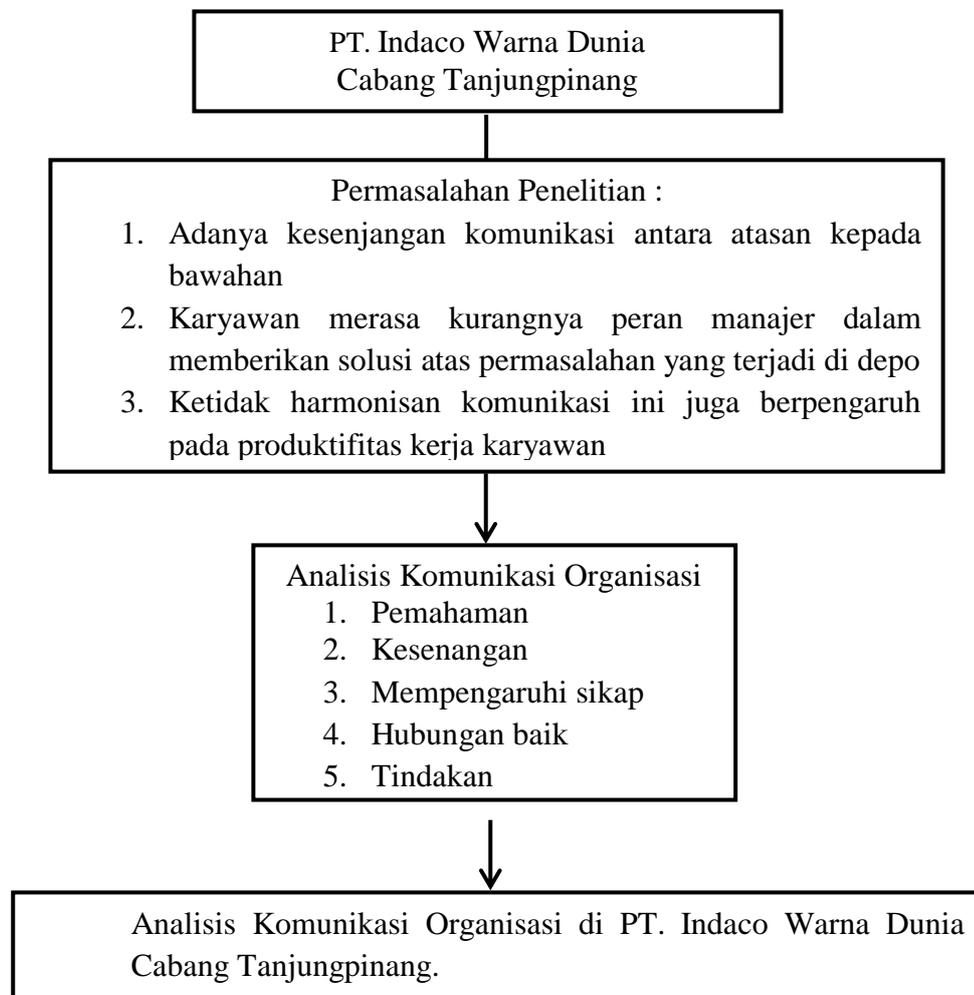
Merupakan proses komunikasi yang baik terjadilah hubungan yang baik dan mampu memberikan dorongan pada seseorang melakukan suatu hal sesuai yang diinginkan.

e. Tindakan

Komunikasi yang dapat memberikan dorongan pada seseorang untuk melakukan suatu hal sesuai yang diinginkan atau sesuai dengan pesan yang telah dikomunikasikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan. sebagai berikut:

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran**

Sumber : Data yang diolah (2023)

2.4 Penelitian Terdahulu

2.4.1 Jurnal Nasional

Penelitian yang dilakukan oleh (wahyuni, 2020) yang berjudul “Analisis Komunikasi Organisasi di *Kidz Station* Bandung”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian dikumpulkan menggunakan beberapa metode pengumpulan data diantaranya observasi, studi pustaka dan wawancara dimana peneliti melakukan pengumpulan data dengan langsung terjun

ke lapangan dan cara Tanya jawab kepada *supervisor* toko langsung yang mengatur jalannya operasional toko penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Komunikasi Organisasi di *Kidz Station* Bandung. Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa pelaksanaan komunikasi organisasi di *Kidz Station* Bandung dilakukan secara formal, adanya aturan atau prosedur yang mengatur jalannya komunikasi dari bawahan ke atasan dan sebaliknya, dengan mengikuti stuktur organisasi perusahaan dan setiap bagian tidak dapat secara bebas berkomunikasi. Hal ini dilakukan perusahaan guna meminimalisir proses pengiriman pesan yang terlalu banyak dan mengurangi kesalahpahaman informasi. Selain itu, komunikasi pada *Kidz Station* menggunakan jaringan komunikasi model Chain (rantai), model jaringan komunikasi ini terdapat tingkatan dalam jenjang hierarkinya dan hanya dikenal komunikasi sistem arus ke atas (*upward*) dan komunikasi ke bawah (*downward*) yang artinya menganut hubungan garis langsung (komando) baik ke atas atau ke bawah. Sehingga seluruh instruksi kerja atau permintaan dapat dikomunikasikan sesuai jenjang hierarkinya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Badrudin, 2017) yang berjudul “Analisis Komunikasi Organisasi di Pusat Informasi Haji kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu, wawancara, observasi dan metode dokemntasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang komunikasi organisasi di Kanwil Pusat Informasi Haji Kementrian Agama Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini melihat adanya

komunikasi yang jelas meliputi proses, pesan, jaringan dan keadaan yang saling bergantung, kantor ini memiliki cangkupan ke wilayah-wilayah lain. Setiap pimpinan memiliki cara yang berbeda dalam menyampaikan informasi kepada bawahannya. Hal ini tergantung dari informasi yang akan disampaikan. Jika informasi yang akan disampaikan bersifat umum, misalnya cuti bersama untuk idul fitri, idul adha maka pengumuman dari Kementrian agama akan di tempel di papan pengumuman. Sedangkan jika informasinya memerlukan intensitas, misalnya pimpinan menyampaikan perintah mengenai pekerjaan, maka informasi tersebut disampaikan per kepala seksi. Kemudian kepala seksi menyampaikan kepada para anggota yang lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurfadhillah & Destiwati, 2017) yang berjudul “Komunikasi Organisasi pada Badan Eksekutif Siswa Teladan”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa komunikasi organisasi yang dijalankan oleh *BEST* menggunakan dua cara yaitu serentak dan berurutan, namun tergantung daripada kegiatan yang dilaksanakan. Proses komunikasi berupa instruksi cenderung dilakukan secara serentak yang dilakukan oleh Pembina langsung kepada seluruh anggota *BEST* atau yang bersumber dari Presiden *BEST*. Kemudian penyebaran informasi berurutan menjadi perluasan bentuk penyebaran dalam serangkaian pesan yang diterimanya kemudian meneruskan hasil interpretasinya kepada individu berikutnya dalam rangkaian tersebut (Pace, 2015).

2.4.2 Jurnal Internasional

Penelitian yang dilakukan oleh (Osman Yildirim, 2014) yang berjudul “Dampak Komunikasi Organisasi terhadap Perilaku Kewarganegaraan Organisasi”. Jenis penelitian ini adalah penelitian Korelasi dengan menggunakan SPSS versi 13.0 dalam analisis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak krusial komunikasi organisasi terhadap perilaku anggota organisasi. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis melalui program paket statistik SPSS dan kemungkinan hubungan akan diuji melalui analisis korelasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan antara komunikasi organisasi dengan perilaku kewargaan organisasi karyawan. Dengan kata lain, komunikasi yang efektif tidak hanya diperlukan untuk membangun saluran yang tepat antara manajer dan karyawan, tetapi juga diperlukan untuk memberikan kontribusi secara implisit terhadap keseluruhan kinerja organisasi. Menurut temuan, komunikasi organisasi harus dianggap sebagai isu penting untuk mendorong perilaku anggota organisasi karyawan. Untuk memperjelas korelasi antara komunikasi dan OCB secara rinci, dicatat bahwa jumlah peserta akan menjadi faktor kunci yang sangat penting dari pencarian baru.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ieva Zaumane, 2021) yang berjudul “Komunikasi Internal Strategis: Analisis Praktik Regional Institusi Pendidikan Tinggi Latvia”. Jenis penelitian ini menggunakan strategi penelitian gabungan yang melibatkan kuesioner dan wawancara semi-terstruktur dengan responden yang menunjukkan bahwa universitas mereka telah mengembangkan strategi komunikasi internal. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perguruan

tinggi daerah memiliki pandangan yang berbeda tentang manajemen komunikasi internal. Menganalisis delegasi manajemen komunikasi internal dan kehadirannya di tingkat manajemen, 11 dari 12 peserta studi menunjukkan bahwa saat ini komunikasi internal di HEI dikelola oleh manajer komunikasi dan departemennya sendiri atau bersama dengan spesialis pemasaran atau sumber daya manusia. Namun, disimpulkan bahwa di salah satu PT fungsi tersebut tidak didelegasikan kepada siapapun.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif atau mendeskripsikan dengan pendekatan kualitatif, yang mana fungsinya ialah untuk melihat bagaimana komunikasi organisasi pada karyawan PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang.

Menurut Gumilang (2016) penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan, dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrument kunci. Oleh karena itu peneliti harus memiliki teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkontruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna yang terikat nilai. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting persiapan, analisis data secara induktif, membangun data yang persial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interprestasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel (Sugiyono, 2015).

Sedangkan yang dimaksud dengan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Jadi diharapkan dari penelitian kualitatif ini ialah agar mampu menghasilkan uraian secara lebih mendalam mengenai ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat

diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik (Sujarweni, 2014).

3.2 Jenis Data

3.2.1. Data Primer

Menurut Mustofa (2014) data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek tempat penelitian dilakukan. Pada penelitian ini, data primer diperoleh menggunakan teknik wawancara semi struktur dimana narasumber diminta untuk memberikan pendapat atau ide-idenya.

3.2.2. Data Sekunder

Menurut Siregar (2014) data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Pada dasarnya, data sekunder merupakan data yang sudah ada dan diperoleh dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan buku, dan jurnal sebagai data sekunder.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data

yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2015). Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Wawancara terbagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu Sugiyono (2015):

a. Wawancara Terstruktur (*Structured Interview*)

Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

b. Wawancara Semi Terstruktur (*Semi Structured Interview*)

Jenis wawancara ini termasuk dalam katagori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

c. Wawancara Tidak Terstruktur (*Unstructured Interview*)

Wawancara ini merupakan wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang ditanyakan.

Dari beberapa metode wawancara yang telah diuraikan diatas, teknik wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Metode Semi Terstruktur karena penulisan berpedoman pada pedoman wawancara yang telah dibuat dan dijabarkan sehingga peneliti dapat mengakses dan memperoleh informasi yang pasti.

2. Studi Pustaka

Studi Kepustakaan merupakan kegiatan yang menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian informasi tersebut dapat diperoleh dari buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, esiklopedia, internet, dan sumber yang lain Sugiyono (2015). Studi pustaka berkaitan dengan permasalahan dan lingkup penelitian, nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada sosial yang diteliti. Dalam metode studi pustaka ini, peneliti mencari referensi melalui buku dan jurnal yang ada di internet.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan langsung dilokasi penelitian, observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan sosial yang

sukar diperoleh dengan metode lain. Menurut kenyataannya observasi itu melukiskannya dengan kata-kata secara cermat dan tepat apa yang diamati, mencatat dan kemudian mengolahnya dengan rangka masalah yang diteliti secara ilmiah, mencatat dan kemudian mengolahnya dalam rangka masalah yang diteliti secara ilmiah bukanlah pekerjaan yang mudah. Menurut Sugiono (2015) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016) Dokumentasi merupakan suatu bentuk dan cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen maupun laporan perusahaan yang akan digunakan untuk mendukung penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari jumlah yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian dan kemudian akan ditarik kesimpulannya Sujarweni (2014). Sedangkan menurut Sugiono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi di peneliti ini adalah Karyawan PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang berjumlah 6 orang.

Tabel 3.1
Populasi

No.	Jabatan	Jumlah
1	<i>Branch Manager</i>	1
2	<i>Staff administration</i>	1
3	<i>Werehouse</i>	1
4	<i>Sales</i>	2
5	<i>Driver</i>	1
6	<i>Helper</i>	1
Total		7

Sumber : PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang (2023)

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian Sujarweni (2014). Teknik sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan di dalam penelitian. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, peneliti dalam penelitian ini mengambil teknik sampling yakni *purposive sampling*, yang artinya metode pengambilan sampel untuk memperoleh informasi dari sasaran sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut yang mewakili (Zulganef, 2018).

Tabel 3.2
Sampel

No.	Jabatan	Jumlah
1	<i>Branch Manager</i>	1
2	<i>Werehouse</i>	1
3	<i>Sales</i>	2
4	<i>Driver</i>	1
5	<i>Helper</i>	1
Total		6

Sumber : PT. Indaco Warna Dunia Cabang Tanjungpinang (2023)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Definisi operasional variabel adalah sifat atau hal yang didefinisikan yang diamati (di observasi) sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain (Narbuko, 2016). Hal-hal yang perlu dikemukakan pada definisi variabel operasional adalah definisi yang jelas dari sebuah variabel, yang di dalam definisi tersebut terdapat indikator dan kriteria yang menjadi pedoman/acuan untuk mengukur atau menilai variabel dan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Komunikasi Organisasi	Komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan serta pertunjukan pesan diantara unit-unit komunikasi yang adalah bagian dari suatu organisasi dan di dalam suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara satu unit dengan unit lainnya dan berfungsi dalam sebuah lingkungan organisasi. (Ruliana,2014)	1. Pemahaman 2. Kesenangan 3. Mempengaruhi sikap 4. Hubungan yang semakin baik 5. Tindakan (Kusuma,2013)

Sumber : Data Yang Diolah (2023)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Menurut Rumengan & Idham (2015) tidak akan berguna jika data mentah yang telah dikumpulkan tetapi tidak diolah kembali. Pengolahan data merupakan

bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karna adanya pengolahan data, data tersebut dapat diberi arti yang berguna dalam memecahkan masalah pada sebuah penelitian. Berdasarkan pengolahan data tersebut, perlu dianalisis dan dilakukan penarikan kesimpulan hasil penelitian.

Pengolahan data secara sederhana diartikan sebagai proses mengartikan data dilapangan sesuai rancangan, tujuan penelitian dan sifat penelitian. Teknik *non* statistik digunakan dalam rancangan penelitian kualitatif pada pengolahan data. Mengingat data lapangan disajikan dalam bentuk narasi kata maka pengolahan datanya tidak bisa dikuantitatifkan. Peneliti yang akan melakukan penelitian, harus memahami perbedaan ini, sehingga penyajian data dan analisis kesimpulan penelitian lebih relevan dengan sifat atau jenis data serta prosedur pengolahan data yang akan digunakan. Proses analisis data menurut Sugiyono (2015) terdiri dari empat, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu rangkuman memfokuskan pada hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti laptop, dengan memberikan kode aspek tertentu.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi selanjutnya mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phie card,

pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Selanjutnya adanya penarikan kesimpulan dan verifikasi dalam menganalisis data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, data akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang valid dan konsisten.

3.6 Teknik Analisis Data

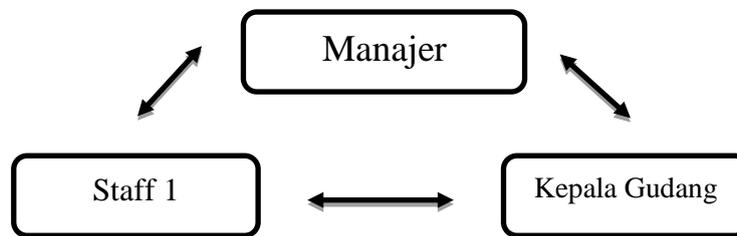
Menurut Sugiono (2015) Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data itu berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban wawancara. Bila jawaban yang diwawancarai setelah analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap yang ditentukan, diperoleh data yang kredibel.

3.6.1 Triangulasi

Menurut Sugiyono (2017) Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Pada penelitian ini, peneliti mengambil 1 cara untuk menguji keabsahan data penelitian yaitu dengan cara menggunakan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Data yang diperoleh tidak dapat dirata-ratakan tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, mana pandangan yang berbeda dan yang spesifik.

Gambar 3.1
Triangulasi Sumber



Sumber : Sugiono (2017)

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara dan hasil observasi atau juga mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang berbeda yang akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

3.7 Jadwal Penelitian

Berikut adalah jadwal penelitian yang akan dilaksanakan

Tabel 3.4
Jadwal penelitian
Tahun 2023

No	Kegiatan	2023					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
	Pengajuan Judul						
	Penerimaan Judul						
	Penyusunan Proposal						
	Seminar Proposal						
	Revisi Proposal						
	Penyusunan & Sidang Skripsi						

DAFTAR PUSTAKA

- Almasri, M. N. (2013). Impressum. *European Journal of Immunology*, 43(10), 2783–2783. <https://doi.org/10.1002/eji.201370106>
- Arel, Universitas Istanbul, Organizational Citizenship Behavior, and Analisis Statistik. 2014. “ScienceDirect Dampak Komunikasi Organisasi Terhadap Perilaku Kewarganegaraan Organisasi : Hasil Penelitian.” 150:1095–1100. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.09.124.
- Arni, & Muhammad. (2017). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Prenadaedia Group.
- Badrudin, Syahir. n.d. “Analisis Komunikasi Organisasi Di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan.” 1(2):81–101.
- Bimbingan, Bidang, and d.a.n Konseling. 2016. “Metode Penelitian Kualitatif.” 2(2).
- Effendy. (2017). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fitriyani, Eni. 2013. “Analisis Kegiatan Komunikasi Organisasi pada PT. Kresna Duta Agroindo Perkebunan Sinar Mas Group Kecamatan Kombeng.” 1(2):518–31.
- Hambatan, Analisis, Komunikasi Organisasi, and Paraden Lucas Sidauruk. 2013. “Analysis Of Vertical Communication Organization Barriers In.”
- Hamali. (2018). *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan Malayu. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Managemen Sumber Daya Manusia*, 4, 288.
- Ibnu, Universitas, Sina Uis, Jalan Teuku Umar, Lubuk Baja, Kota Batam-indonesia Telp, Pengaruh Komunikasi, and Terhadap Kinerja. 2020. “Universitas Ibnu Sina (Uis).” 52–63.
- Kepemimpinan, d. a. n., Terhadap Kinerja. 2016. “Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai (.” 2(2).
- Komunikasi, Jurnal, and Media Informatika. 2019. “Jurnal Komunika.” 8(1). doi: 10.31504/komunika.v8i1.2072.
- Komunikasi, Pengaruh, Organisasi Terhadap, and Kepuasan Kerja Karyawan. 2019. “JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, &

Akuntansi).” 3(2):134–49. doi: 10.31955/mea.vol3.iss2.p.

Konflik, Pengaruh, Peran Dan, Kepuasan Kerja, Terhadap Kinerja, Sultra Dan, and Sulbar Area Baubau. 2017. “Pengaruh Konflik Peran Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Tetap Pada Pt. Pln (Persero) Wilayah Sulsel, Sultra Dan Sulbar Area Baubau.” 5.

Light, Janice, David Mcnaughton, Janice Light, and David Mcnaughton. 2014. “Communicative Competence for Individuals Who Require Augmentative and Alternative Communication : A New Definition for a New Era of Communication? Communicative Competence for Individuals Who Require Augmentative and Alternative Communication : A New Defi Nition for a New Era of Communication ?” 4618. doi: 10.3109/07434618.2014.885080.

Maharani, Gita, Syarif Ali, and Zackharia Rialmi. 2021. “JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan) Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Direktorat Umum Dan SDM BPJS Ketenagakerjaan Pusat.” 6(April):59–72.

Meningkatkan, Dalam, and Mutu Pendidikan. 2017. “D 60 □.” I(1):3–4.

Napitupulu, Dedi Sahputra, Sekolah Tinggi, Ilmu Tarbiyah, and Al-ittihadiyah Labuhanbatu Utara. n.d. “Komunikasi Organisasi Pendidikan Islam.”

Naway, Fory Armin. n.d. *Komunikasi & Organisasi Pendidikan*.

Nurdiansyah;Rahman. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Diandra Kreatif.

Paramita, Luluhan, Victor P. K. Lengkon, Greis M. Sendow, Jurusan Manajemen, Universitas Sam, and Ratulangi Manado. 2016. “The Effect Of Organization Communication and Work Stress to Work Satisfaction.” 4(1):131–42.

Petra, Universitas Kristen, Andy Santoso, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen, and Petra Surabaya. 2005. “Iklim Komunikasi Organisasi Di Hotel Savana Malang.”

Pramanik, Nuniek Dewi. 2020. “Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Freelance Di Jagoketik . Com (The Impact of Organizational Communication and Motivation on Freelancer Performance in Jagoketik . Com).” 1(3):213–26.

Pratala, Esaka. 2018. “Analisis Fungsi Komunikasi Secara Informatif, Regulasif, Persuasif Dan Integratif Dengan Pelayanan Informasi Di Kantor Sekretariat Pd Ibi Provinsi Banten.” X:51–60.

Pratiwi, Nurul Ainun, Abdul Majid, and Muhammad Idris. n.d. “Peran

Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) Pada Bagian Tata Pemerintahan Kota Makassar The Role of Organizational Communication in Improving the Performance of the State Civil Apparatus (ASN) in the Makassar City Governance Section.” 154–63.

Ruliana. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pre.

Subekti, Komarudin, and Ahmad Toni. 2021. “Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Grup Percakapan WhatsApp Civitas Academica Fakultas Psikologi Universitas Pancasila Universitas Budi Luhur , Jakarta.” 4(1):90–105.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Sutopo (ed.); 1 ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sutrisno. (2017). *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta: Kencana.

Syafaruddin. (2016). *Manajemen Organisasi*. Medan: Perdana Publishing.

Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.

Ukhti, Nabila. 2020. “Melalui Komunikasi Eksternal Customer Relation Officer (CRO) dengan Perusahaan User Analysis Communication Organization Valdo Inc Through External Communication Costumer Relation Officer (CRO) With User Companies.” 7(1):1574–81.

Wahyuni, Nurul Tri. 2020. “Analisis Komunikasi Organisasi Di Kidz Station

Bandung.” 6(September):149–67. doi: 10.38204/komversal.v6i2.503.

Zaumane, Ieva. 2021. “Komunikasi Internal Strategis : Analisis Praktik Regional.” 6:28–29.

CURICULUM VITAE



Nama : Sentia Anugrah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 2 Agustus 1999

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : sentiaanugrah02@gmail.com

Alamat : Jl. Gatot Subroto Gg Raudha Block D No. 5

Pekerjaan : *Administrartion Staff*

Pendidikan :
- SD Negeri 09 Sanggau-Kalbar
- SMP Negeri 02 Sanggau-Kalbar
- SMA Negeri 3 Tanjungpinang
- STIE Pembangunan Tanjungpinang