

**STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK
MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM
MENINGKATKAN KINERJA**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD RAFIQIH AZHAR

2003110309

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2024

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : M RAFIQIH AZHAR
NPM : 2003110309
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Pada Hari, tanggal : RABU, 02 JULI 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d SELESAI

TIM PENGUJI

PENGUJI I : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, M.AP (.....)
PENGUJI III : Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP
NIDN : 0030017402

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : M RAFIQIH AZHAR
NPM : 2003110309
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN
KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA

Medan, 30 Juni 2025

Pembimbing

Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0012067106

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0127048401



Dr. ARIEFIN SALEH, S.Sos., M.SP
NIDN : 0030017402

PERNYATAAN
Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **M Rafiqih Azhar**, NPM 2003110309 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 Juli 2025
Yang menyatakan



M Rafiqih Azhar

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan hasil skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan judul “**Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan Kepada Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja**”. Dan tidak lupa pula sholawat beriringan salam penulis ucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang sudah memberikan kita syafaatnya.

Lembaran ini menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua penulis yaitu Ayahanda Sony Azhar dan Ibunda Liska Nirmala tercinta yang telah memberikan dukungan, nasihat, motivasi serta doa yang tulus. Maupun mengajarkan penulis untuk berbesar hati, Ikhlas, dan sabar, sehingga penulis terdorong untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis banyak mengucapkan terimakasih :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Lutfi Basit, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
9. Kepada Bapak Branch Operation and Service Manager (BOSM) yang telah memberikan izin penelitian, serta Frontline Manager, Teller dan Costumer Service yang bersedia untuk di wawancarai.
10. Kepada Alif, Aldi, Defry dan Akbar terimakasih masih tetap menjadi kawan baik dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan itu penulis sangat mengharapakan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih semoga skripsi dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan memperluas pengetahuan pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 25 Februari 2025

M Rafiqih Azhar

2003110309

Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan Kepada Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja

M Rafiqih Azhar

2003110309

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan MNC Bank Medan dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan. Komunikasi yang efektif antara pimpinan dan karyawan merupakan fondasi penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif, kolaboratif, dan memotivasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui serangkaian wawancara mendalam dengan pimpinan dan karyawan dari berbagai divisi di MNC Bank Medan. Selain itu, observasi langsung terhadap interaksi komunikasi di tempat kerja, seperti rapat tim, briefing, dan percakapan informal, juga dilakukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles and Hubberman. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan kriteria informan pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan dalam meningkatkan kinerja meliputi komunikasi terbuka, komunikasi yang jelas dan terarah, komunikasi personal, dan komunikasi yang memotivasi. Namun, pimpinan MNC Bank Medan lebih sering menggunakan strategi komunikasi secara tatap muka kepada karyawan dikarenakan lebih efektif. Pimpinan perlu terus mengembangkan dan menyempurnakan strategi komunikasi mereka agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan memotivasi karyawan untuk mencapai kinerja terbaik mereka.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pimpinan, MNC Bank Medan,
Komunikasi Efektif, Kinerja Karyawan.**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Pengertian Komunikasi.....	6
2.2 Pengertian Strategi.....	7
2.3 Komunikasi Organisasi.....	8
2.4 Strategi Komunikasi Organisasi.....	12
2.5 Kepemimpinan dan Pemimpin.....	15
2.6 Kinerja Karyawan	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Kerangka Konsep.....	19
3.3 Kategorisasi Penelitian.....	20
3.4 Informan atau Narasumber.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Teknik Analisis Data	22
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3.8 Deskripsi Singkat Objek Penelitian.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Hasil Penelitian	25
4.2 Pembahasan	35

BAB V PENUTUP.....	40
5.1 Simpulan.....	40
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian	20
Tabel 4.1 Profil Narasumber	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Wawancara Bersama Bapak Budi Syahputra (<i>BOSM</i>)	29
Gambar 4.2 Wawancara Bersama Bapak Indra Prolikta (<i>Back Office</i>)	34
Gambar 4.3 Wawancara Bersama Bapak Wahyu H Nasution (<i>RCBO</i>).....	34
Gambar 4.4 Wawancara Bersama Adinda F (<i>Customer Service</i>).....	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi menurut Everett M. Rogers and Kincaid, (2012, 19) adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Pentingnya komunikasi yang baik antara perusahaan (manajemen) dan pekerja akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Untuk mencapai hubungan industrial yang baik dalam bentuk ketenangan kerja, salah satu faktor yang menentukan adalah faktor komunikasi antara pengusaha dan pekerja sehingga komunikasi yang efektif dan intensif antara pimpinan perusahaan dengan pekerja atau karyawan dan organisasinya perlu dikembangkan.

Berkembang atau tidaknya sebuah organisasi tergantung kemampuan dan kebijakan pemimpin dalam berkomunikasi dan alat yang digunakan. Oleh karena itu pemimpin dalam menyampaikan informasi mengenai prosedur kerja, kebijakan, ataupun perintah – perintah harus jelas agar mampu dipahami oleh bawahannya, sehingga pegawai dapat terdorong melaksanakan tugas yang telah diberikan, dan juga saling memberikan informasi kebutuhan pegawai dalam melaksanakan tugas – tugasnya

Maka dari itu perlu adanya strategi komunikasi yang merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu – waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Strategi yang digunakan dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai merupakan hal penting yang harus dilakukan.

Dengan adanya strategi komunikasi pimpinan inilah dapat dilihat pegawai yang memiliki motivasi dan pegawai yang tidak memiliki motivasi dalam bekerja. Kemudian dengan adanya strategi komunikasi yang baik dan efektif oleh pimpinan akan meningkatkan motivasi kerja serta menghasilkan produktivitas yang baik. Dengan meningkatnya motivasi kerja pegawai, maka pegawai dapat bekerja dengan penuh tanggung jawab dan dedikasi yang tinggi.

Dalam menjalankan kegiatan perbankan, menurut A. Abdurrachman Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan.

Sesuai dengan visi MNC Bank menjadi Bank masa depan yang berlandaskan teknologi terkini guna memberikan kemudahan bertransaksi dengan memperhatikan keselarasan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan hidup, MNC Bank menawarkan produk simpanan, produk pinjaman serta layanan jasa yang sangat beragam, dan terbagi untuk kategori Individu dan bisnis yang ditawarkan bersamaan dengan berbagai program dan promo.

PT Bank MNC Internasional Tbk sendiri tidak terlepas dari proses koordinasi yang tentu saja melibatkan komunikasi. Komunikasi merupakan satu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan, begitu pula di PT Bank MNC Internasional Tbk. Dalam menjalankan kegiatan perbankan, sering terjadi miskomunikasi atau proses komunikasi yang terhambat antara pimpinan dengan karyawan, ataupun sesama karyawan. Salah satu miskomunikasi yang sering terjadi di MNC Bank Medan mengenai delegasi tugas perkara klien dan mengenai informasi administrasi baik dari pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya dan antara sesama karyawan. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan salah satu faktor menilai kinerja karyawan.

Kinerja karyawan ialah pencapaian hasil kerja secara kuantitas dan kualitas serta ketepatan waktu oleh seorang karyawan di dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara 2007:67). Menurut Bapak Budi Syahputra yang menjabat sebagai pimpinan (Branch Operation dan Service Manager) MNC Bank Medan, salah satu menurunnya kinerja karyawan MNC Bank disebabkan oleh miskomunikasi dibidang Target Funding yang tidak tercapai dikarenakan pengetahuan karyawan Frontliner yang kurang memahami perihal produk perbankan (penghimpunan dana pihak ketiga) yaitu Deposito, Tabungan, dan Giro.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan dalam meningkatkan kinerja?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan dalam meningkatkan kinerja.

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dalam penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis, penelitian ini dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang paling efektif untuk meningkatkan motivasi, produktivitas, dan kualitas kerja karyawan.

- b. Secara praktis, komunikasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan mendorong mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik.
- c. Melalui penelitian ini, karyawan dapat belajar keterampilan komunikasi yang lebih baik, baik dalam berkomunikasi dengan atasan, rekan kerja, maupun nasabah.
- d. Dengan adanya karyawan yang lebih termotivasi dan kompeten, kualitas pelayanan perbankan secara keseluruhan dapat meningkat.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang ada dalam penulisan skripsi ini

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan terkait latar belakang masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dalam penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini berisi tentang uraian - uraian teoritis yang terkait dalam penelitian yang diteliti, seperti strategi komunikasi, pimpinan, dan kinerja karyawan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mulai dari jenis penelitian, kerangka konsep, kategorisasi penelitian, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutupan sekaligus menguraikan mengenai simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam buku karangannya yang berjudul “Dinamika Komunikasi” berpendapat bahwa pengertian komunikasi harus dilihat dari dua sudut pandang, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Pengertian komunikasi secara umum itu pun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communicatio*” yang bersumber dari kata “*communis*” yang berarti sama. Kata sama yang dimaksud adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Pengertian secara terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia).

Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Maka fungsi-fungsi komunikasi adalah membangun konsep diri (*establishing self concept*), eksistensi diri (*self existence*), kelangsungan hidup (*live continuity*), memperoleh kebahagiaan (*obtaining happiness*), terhindar dari tekanan dan ketegangan (*free from pressure and stress*). (Tenenbaum, 2021)

2.2 Pengertian Strategi

Strategi menurut *Kamus Ilmiah Populer* merupakan ilmu siasat perang, muslihat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan digunakan guna mencapai tujuan.

Selain itu strategi merupakan sebagai alat dalam meraih tujuan, terkait berkembangnya konsep terkait strategi harus terus mengalami perkembangan bahkan siapapun berpendapat atau definisi berbeda dalam membahas hal ini. Strategi sangat diperlukan dalam bisnis atau usaha untuk mencapai visi dan misi perusahaan, ataupun dalam mencapai tujuan, dalam hal ini baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi diartikan sebagai suatu sarana bersama yang akan dicapai dalam jangka waktu Panjang. Hal ini biasanya mencakup diversifikasi, ekspansi, likuidasi, akuisisi, geografis, penetrasi pasar, divestas produk yang dikembangkan, pengetatan,, serta usaha patungan atau biasa disebut dengan joint venture. Hal ini merupakan bentuk aksi yang memerlukan peran besar team manajemen puncak serta sumber daya perusahaan.

Sehingga strategi didefinisikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan baik seseorang ataupun perusahaan dalam pencapaian sasaran tertentu. (Yunita Pratiwi et al., 2021). Secara umum dalam suatu perusahaan atau instansi strategi mempunyai fungsi sebagai alat petunjuk, memberikan arah yang jelas tentang bagaimana teknik operasionalnya dari tujuan yang akan dicapai.

2.3 Komunikasi Organisasi

2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting. Bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Komunikasi asal katanya dari Bahasa Inggris *Communication* yang bermakna hakiki dari *Communicatio* yaitu *Communis* yang artinya sama atau memiliki kesamaan. (Yunita Pratiwi et al., 2021). Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap belaka, melainkan bentuk dari apa saja interaksi, senyuman, anggukan kepala yang membenarkan hati, sikap badan, ungkapan minat, sikap dan perasaan yang sama. Diterimanya pengertian yang sama adalah merupakan kunci dalam komunikasi. Tanpa penerimaan sesuatu dengan pengertian yang sama, maka yang terjadi adalah “dialog antara orang satu”. (Damayani Pohan dan Fitria, 2021)

Mengenai organisasi, salah satu definisi menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupa mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan landasan konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang diuraikan, Komunikasi organisasi menurut Gold Halber yaitu arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the flow of message within a network of interdependent relationship*). Pengertian komunikasi organisasi dalam buku “Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan” adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertiransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi (Fajar, 2009).

2.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi

Secara umum, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan merencanakan jalannya organisasi. Menurut Koontz dalam bukunya Poppy Ruliana, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan (Poppy Ruliana, 2014:24)

Sementara itu, pendapat menurut Liliweri dalam buku Poppy Ruliana mengemukakan ada empat tujuan komunikasi, yakni menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat, membagi informasi, menyatakan pesan dan emosi, serta melakukan koordinasi.

2.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Bangun (2012:361-362), ada empat fungsi komunikasi dalam organisasi, antara lain sebagai berikut :

- a. **Fungsi Pengawasan**, setiap organisasi mempunyai struktur dan garis komando. Berdasarkan garis komando tersebut, bila karyawan mengkomunikasikan keluhannya kepada atasan berkaitan dengan pekerjaannya, sesuai dengan deskripsi pekerjaan, dan kebijakan perusahaan, maka komunikasi tersebut sudah menjalankan fungsi pengawasan.
- b. **Sebagai Motivasi**, dengan memberi penjelasan kepada para karyawan tentang apa yang harus mereka lakukan, bagaimana prestasi karyawan dan bagaimana cara bekerja agar dapat meningkatkan prestasi kerja.
- c. **Pengungkapan Emosi**, individu dan kelompok dalam organisasi merupakan sumber daya pertama yang berinteraksi secara sosial. Komunikasi yang terjadi dalam organisasi tersebut merupakan mekanisme yang mendasar pada masing – masing

individu atau kelompok dalam organisasi tersebut yang menunjukkan rasa kecewa dan kepuasannya.

- d. Informasi,** fungsi ini berkaitan dengan pengambilan keputusan. Melalui kegiatan komunikasi dapat memberikan informasi kepada individu atau kelompok dalam pengambilan keputusan.

2.3.4 Jenis Komunikasi Organisasi

Menurut Suranto Aw (2018, 82-88) mengatakan, salah satu definisi organisasi menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan individu, yang melalui jenjang hierarki kerja atau jabatan berupaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari definisi tersebut dapat digambarkan bahwa suatu organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi, seperti pimpinan, staf pimpinan, dan karyawan.

a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah arus komunikasi dengan melibatkan pihak – pihak yang secara hierarkis memiliki jenjang kedudukan structural yang berbeda. Misalnya komunikasi antara manajemen dengan staf, antara pimpinan dengan bawahan, dan sebagainya. Komunikasi vertical dapat dibedakan menjadi dua arah arus komunikasi, yaitu :

- 1) Downward Communication:** Komunikasi yang mengalir dari atas ke bawah, misalnya dari pimpinan ke bawahan. Contohnya: perintah, kebijakan, evaluasi kinerja.
- 2) Upward Communication:** Komunikasi yang mengalir dari bawah ke atas, misalnya dari bawahan ke pimpinan. Contohnya: laporan kinerja, saran, keluhan.

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal disebut juga arus komunikasi ke samping, atau arus komunikasi mendatar, atau arus komunikasi sejajar, disebut pula arus komunikasi literal, adalah proses penyampaian informasi yang melibatkan pegawai atau pimpinan yang masing – masing mempunyai hierarki jabatan yang setingkat atau sejajar. Misalnya, komunikasi antar kepala bagian, antar kepala seksi dalam suatu organisasi, ataupun komunikasi antar pegawai.

2.3.5 Model-Model Komunikasi Organisasi

Model komunikasi organisasi menggambarkan bagaimana proses komunikasi terjadi dalam organisasi. Beberapa model yang umum digunakan antara lain:

- a. Model Linier:** Model komunikasi satu arah, di mana pesan mengalir dari pengirim ke penerima tanpa adanya umpan balik.
- b. Model Interaktif:** Model komunikasi dua arah, di mana terdapat umpan balik dari penerima ke pengirim.
- c. Model Transaksional:** Model komunikasi yang menekankan pada sifat dinamis dan saling mempengaruhi antara pengirim dan penerima pesan.

2.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Organisasi

- a. Hambatan Komunikasi:** Fisik (jarak, bising), psikologis (perbedaan persepsi, emosi), semantik (perbedaan makna kata), dan budaya.
- b. Saluran Komunikasi:** Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti tatap muka, telepon, email, surat, dan media sosial.

- c. **Iklim Organisasi:** Suasana kerja yang kondusif atau tidak kondusif akan mempengaruhi efektivitas komunikasi.
- d. **Kepemimpinan:** Gaya kepemimpinan yang demokratis atau otoriter akan mempengaruhi pola komunikasi dalam organisasi.

2.3.7 Pentingnya Komunikasi Organisasi yang Efektif

Komunikasi organisasi yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. Komunikasi yang baik dapat:

- a. **Meningkatkan motivasi karyawan:** Karyawan yang merasa dihargai dan diinformasikan akan lebih termotivasi untuk bekerja.
- b. **Meningkatkan kerjasama:** Komunikasi yang baik akan memfasilitasi kerjasama antar anggota organisasi.
- c. **Mengurangi konflik:** Komunikasi yang terbuka dan jujur dapat membantu mencegah dan mengatasi konflik.
- d. **Meningkatkan inovasi:** Komunikasi yang efektif dapat mendorong munculnya ide-ide baru dan kreatif.

Komunikasi organisasi merupakan aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu organisasi. Dengan memahami jenis, model, dan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi organisasi, kita dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan mencapai tujuan organisasi secara optimal.

2.4 Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi organisasi merupakan rangkaian aktivitas yang sistematis, yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak, sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif dan opini melalui saluran tersebut dalam mempromosikan dan mempertahankan jenis perilaku tertentu. (Tatham, 2008)

Strategi komunikasi organisasi bertujuan untuk meyakinkan opini publik yang membentuk sikap dan perilaku di dalam organisasi. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective communication*, menjelaskan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi organisasi terdiri atas tiga, yaitu *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikasi paham terhadap pesan yang ia terima, *To establish acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimanya itu mestidibina agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik, *To motivate action*, yaitu aktivitas komunikasi bertujuan untuk memberi motivasi untuk mengubah perilaku.

Dalam rangka menyusun taktik komunikasi, komunikator perlu dengan memperhitungkan hal - hal yang menunjang dan menghambat pencapaian tiga tujuan (kepahaman, penerimaan perubahan perilaku. Agar dapat menciptakan perencanaan komunikasi dengan baik maka terdapat beberapa tahap yang mesti diikuti. Berdasarkan pendapat Anwar Arifin, ada tiga langkah penting yang diperlukan untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

2.4.1 Mengenal Khalayak

Hal ini adalah langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan efektif.

2.4.2 Menyusun Pesan

Munculnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan amatlah penting agar pesan mencapai tujuan - tujuannya. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Jika pesan mendapatkan perhatian khalayak, maka pesan telah memenuhi syarat primer dalam mensugesti khalayak.

2.4.3 Menetapkan Metode.

Setelah mengetahui kondisi khalayak dan memilih materi, langkah selanjutnya adalah memilih metode penyampaian pesan kepada khalayak. Metode yang tepat akan sangat berperan dalam menunjang komunikasi yang efektif.

Keberhasilan strategi komunikasi organisasi tentunya tidak bisa begitu saja diperoleh, tanpa menganalisa keunggulan dan kesiapan semua komponen yang terlibat di dalam organisasi, bahwa strategi komunikasi organisasi berperan sebagai target perusahaan sehingga sesuai dengan tujuan dan sasaran yang akan tercapai.

2.4.5 Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan

Komunikasi vertikal adalah metode komunikasi yang digunakan oleh pimpinan MNC Bank Medan dengan karyawan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan di level bawah.

Berikut ini indikator komunikasi vertikal internal di MNC Bank Medan :

a. Komunikasi vertikal ke bawah

- 1) Pimpinan (Branch Operation dan Service Manager) berkomunikasi langsung dengan Frontline Manager, dan Back Office
- 2) Frontline Manager dan Back Office berkomunikasi langsung dengan karyawan (Customer Service dan Staff Kliring)

b. Komunikasi vertikal ke atas.

- 1) Karyawan Customer Service dan Staff Kliring berkomunikasi langsung dengan Frontline Manager
- 2) Frontline Manager berkomunikasi langsung dengan Branch Operation dan Service Manager (BOSM)

2.5 Kepemimpinan dan Pemimpin

2.5.1 Kepemimpinan

Dalam Ariantini (2022) Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi aktifitas individu atau grup untuk mencapai tujuan – tujuan tertentu dalam situasi yang telah ditetapkan. Dalam mempengaruhi aktifitasnya individu pemimpin menggunakan kekuasaan, kewenangan, pengaruh, sifat dan karakteristik, dan tujuannya adalah meningkatkan produktivas dan moral kelompok. Dalam pengertian lain, kepemimpinan ialah seseorang yang mempunyai keahlian memimpin, mempunyai kemampuan mempengaruhi pendirian/pendapat orang atau sekelompok orang tanpa menanyakan alasan – alasannya serta aktif membuat rencana – rencana, mengkoordinasi, melakukan percobaan dan memimpin pekerjaan untuk mencapai tujuan bersama – sama.

Untuk memahami tentang definisi kepemimpinan lebih dalam, ada beberapa definisi kepemimpinan yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu:

- 1) Mifta Thoha menyatakan bahwa kepemimpinan merupakan suatu kegiatan untuk mempengaruhi perilaku orang lain, atau seni untuk mempengaruhi perilaku manusia baik perorangan maupun kelompok.
- 2) Hadari melihat kepemimpinan dari dua konteks yaitu "struktural dan non struktural. Dalam konteks struktural kepemimpinan merupakan proses memberikan motivasi supaya orang-orang yang dipimpinnya bisa melakukan kegiatan dan pekerjaannya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan dalam konteks nonstruktural kepemimpinan diartikan sebagai proses untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, tingkah laku, dan mengerahkan semua fasilitas untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan bersama."
- 3) Harold Kontz mendefinisikan kepemimpinan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi orang sehingga mereka akan berusaha untuk mencapai tujuan bersama dengan kemauan dan antusiasnya.

Berdasarkan definisi - definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan merupakan upaya yang dilakukan untuk mempengaruhi orang lain dengan memberikan dorongan, motivasi dan bimbingan dalam bekerjasama sehingga tercapai tujuan yang telah direncanakan. Pemimpin (leader) adalah seorang yang memiliki kemampuan untuk membawa pengikutnya kepada ketaatan aturan yang ditetapkan untuk mencapai tujuan.

2.5.2 Pemimpin

Kartono dalam Ariantini (2022) menyatakan pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki superioritas tertentu, sehingga dia memiliki kewibawaan dan kekuasaan untuk menggerakkan orang lain melakukan usaha bersama guna mencapai sasaran tertentu. Sedangkan Kouzes menyatakan bahwa pemimpin adalah pionir sebagai orang yang bersedia melangkah kedalam situasi yang tidak diketahui.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan atau kelebihan di satu bidang sehingga dia mampu mempengaruhi individu lain maupun kelompok untuk bersama - sama mencapai suatu tujuan tertentu.

2.6 Kinerja Karyawan

Kinerja merupakan konsep universal, sehingga kinerja dapat dikatakan bahwa perilaku seseorang memenuhi standar yang telah ditentukan, sehingga menghasilkan hasil dan tindakan yang diharapkan dalam organisasi. Kinerja bukan menyangkut karakteristik pribadi yang ditunjukkan oleh seseorang melalui hasil kerja dan akan dilakukan seseorang, tetapi keberhasilan setiap pegawai tergantung pada fungsi pekerjaan tertentu, dan itu ditunjukkan dalam bentuk kegiatan sesuai dengan jenis pekerjaannya seseorang melalui pekerjaan, tetapi dilakukan oleh seseorang. Akan tetapi keberhasilan setiap pegawai tergantung pada fungsi pekerjaannya. (Mangkunegara 2010:9)

Kinerja karyawan atau pegawai adalah hasil kerja secara kuantitas dan kualitas yang dicapai oleh seorang karyawan atau pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya, disamping itu kinerja sebagai prestasi yang dihasilkan karyawan atau pegawai dari suatu pekerjaannya. Kinerja terdiri dari dua macam, yaitu kinerja perilaku (*behaviour performance*) dan kinerja hasil (*outcome performance*). Peningkatan kinerja karyawan seiring dengan peningkatan kemampuan kerja karyawan tersebut.

Menurut Prawirosentono, *performance* adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing - masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Jadi kinerja dapat diartikan sebagai prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya sesuai dengan standar dan kriteria yang berlaku di pekerjaan tersebut.

Kemampuan kerja menunjukkan tingkat penyelesaian tugas pada setiap karyawan (Robbins, 2006). Menurut Kaleta (2006) menyatakan bahwa kemampuan kerja merupakan gabungan yang kompleks antara kemampuan fisik, mental dan fungsional pekerja. Semakin meningkatnya kemampuan kerja karyawan berdampak positif terhadap peningkatan kinerja karyawan (Sinambela et al., 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan dalam meningkatkan kinerja, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yakni cara pencarian masalah yang diselidiki menggunakan pengamatan dengan cara menggambarkan keadaan objek penelitian pada situasi sekarang berdasarkan fakta-fakta yang terlihat atau sebagaimana adanya. Oleh karena itu penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci. Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif diawali dengan proses atau peristiwa penjas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. (Faustyna, 2023)

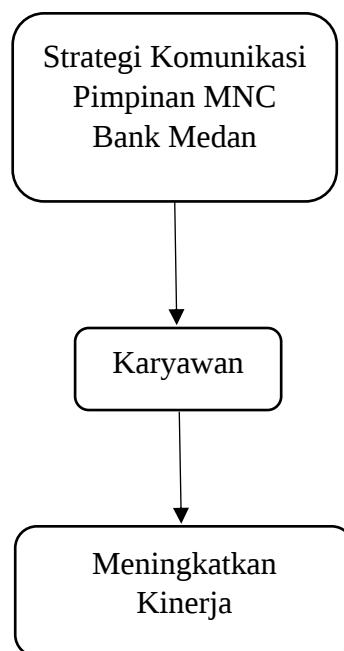
Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berpendapat secara fisik. (Faizal Hamzah, 2023)

Dalam penelitian ini objek wawancara penelitian ini adalah pimpinan MNC Bank Medan dan beberapa karyawan yang berkerja di kantor MNC Bank Medan.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dari penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja. Berdasarkan rumusan, maka penulis menggambarkan kerangka teoritis mengenai strategi komunikasi pimpinan dan bawahan. Dalam penelitian, ini peneliti menggunakan teori komunikasi organisasi untuk dijadikan rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



3.3 Kategorisasi Penelitian

Berikut ini merupakan table kategorisasi penelitian :

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Kategorisasi	Indikator
Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan	1) Komunikasi Vertikal	a. Memberikan tugas kepada karyawan secara langsung b. Mengadakan briefing setiap pagi sebelum memulai pekerjaan c. Karyawan diberikan kebebasan untuk berpendapat
	2) Komunikasi Horizontal	a. Saling berbagi informasi dengan karyawan lain b. Memiliki jaringan komunikasi (grup sesama karyawan)
	3) Komunikasi Formal dan Informal	a. Menggunakan surat edaran seperti surat peringatan kepada karyawan yang kurang disiplin b. Pimpinan ikut bergabung dan menciptakan obrolan yang santai dengan karyawan disaat jam istirahat
Media Komunikasi	1) Media Digital	a. Penggunaan <i>Power Point</i> pada waktu briefing pagi b. Karyawan dapat memberi kritikan dan masukan mengenai tugas mereka melalui e-mail perusahaan
	2) Komunikasi Tatap Muka	a. Pimpinan berbicara dengan karyawan saat meeting

3.4 Informan atau Narasumber

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Menurut (Sugiyono, 2016: 218-219) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria informan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan MNC Bank Medan (Branch Operation dan Service Manager)
2. Karyawan Staff Kliring (Back Office)
3. Karyawan Regional Collection Branch Officer (RCBO)
4. Karyawan Customer Service

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Seperti yang dikatakan dalam (Sugiyono, 2015: 187) bahwa sumber primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Pada penelitian ini, sumber data tersebut adalah observasi, wawancara , dan juga dokumentasi. Sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung, dalam hal ini data sekunder biasa diperuntukan menjadi data pendukung dari data primer. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

3.6 Teknik Analisis Data

Moleong (2000: 103) mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Sehingga dalam upaya meningkatkan pemahaman analisis harus dilanjutkan dengan mencari makna. Menurut Miles and Huberman analisis data model interaktif ini memiliki 3 komponen yaitu :

3.6.1 Reduksi Data

a. Kumpulkan Data : Kumpulkan data dari berbagai sumber seperti:

- 1) Transkrip wawancara dengan karyawan tentang persepsi mereka terhadap komunikasi pimpinan.
- 2) Hasil survei kepuasan karyawan terhadap komunikasi internal.
- 3) Dokumentasi rapat-rapat internal.
- 4) Catatan observasi perilaku komunikasi pimpinan.

b. Kodekan Data: Identifikasi kata kunci, frasa, atau tema yang muncul berulang kali dalam data, seperti "jelas", "terbuka", "motivasi", "informasi", "feedback", "kepercayaan", dan lain - lain.

c. Buat Kategori: Kelompokkan kode-kode yang serupa menjadi kategori yang lebih besar, misalnya:

- 1) Kategori konten: informasi tugas, kebijakan, visi misi.
- 2) Kategori frekuensi: seberapa sering komunikasi terjadi.
- 3) Kategori saluran: email, rapat, pesan instan, dan lain - lain.
- 4) Kategori efektivitas: seberapa efektif komunikasi dalam memotivasi dan meningkatkan kinerja.

3.6.2 Penyajian Data

- a. **Buat Matriks:** Buat matriks yang menunjukkan hubungan antara kategori-kategori yang telah dibuat. Misalnya, matriks korelasi antara frekuensi komunikasi dan tingkat kepuasan karyawan.
- b. **Buat Diagram:** Visualisasikan data dalam bentuk diagram, misalnya diagram batang untuk menunjukkan persentase karyawan yang merasa komunikasi pimpinan kurang efektif.
- c. **Buat Network Diagram:** Gambarkan hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, seperti gaya kepemimpinan, budaya organisasi, dan saluran komunikasi.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

- a. **Identifikasi Tema Utama:** Temukan tema-tema utama yang muncul dari analisis data, misalnya "kurangnya komunikasi dua arah", "informasi yang tidak jelas", atau "kekurangan umpan balik".
- b. **Buat Kesimpulan:** Berdasarkan tema-tema utama, buat kesimpulan tentang apa yang perlu diperbaiki dalam strategi komunikasi pimpinan.
- c. **Verifikasi Kesimpulan:** Bandingkan kesimpulan dengan teori komunikasi organisasi yang relevan dan dengan data yang telah dikumpulkan.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2025 sampai dengan Februari 2025. Sedangkan untuk lokasi penelitian berada pada Jl. Kapten Maulana Lubis No. 12 Medan 20112.

3.8 Deskripsi Singkat Objek Penelitian

PT Bank MNC Internasional Tbk (selanjutnya disebut “MNC Bank” atau “Bank”) merupakan bank swasta nasional yang berdiri dengan nama PT Bank Bumiputera pada tanggal 9 Agustus 1989. Bank secara resmi beroperasi pada tanggal 12 Januari 1990 dan mendapatkan izin sebagai bank devisa pada tahun 1997. Pada tahun 2002 Bank mencatatkan sahamnya sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia

Pada 31 Agustus 2014, PT MNC Kapital Indonesia Tbk mengakuisisi saham Bank ICB Bumiputera sekaligus menjadi pemegang saham pengendali. Resmi Berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No.18/KDK.03/2014 tanggal 15 Oktober 2014, PT Bank ICB Bumiputera Tbk berubah nama menjadi PT Bank MNC Internasional Tbk (MNC Bank), mengukuhkan identitasnya sebagai entitas tersendiri yang merupakan bagian dari MNC Group.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Proses pengumpulan data yang peneliti lakukan dimulai dari Senin 20 Januari 2025 dengan tatap muka dan menggunakan metode wawancara mendalam. Untuk proses wawacara peneliti membuat 10 pertanyaan untuk masing-masing narasumber. Dalam penelitian ini juga menggunakan metode observasi dan dokumentasi dalam penelitian untuk membantu memberikan data yang kongkrit nantinya. Berikut adalah identitas ke-empat (4) orang narasumber yang merupakan Pimpinan atau Branch Operation dan Service Manager (BOSM) dan beberapa karyawan MNC Bank Medan.

Tabel 4.1 Profil Narasumber

No	Nama	Usia	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Budi Syahputra	56 Tahun	Branch Operation and Staff Manager (BOSM)	20 Januari 2025
2	Indra Prolikta	53 Tahun	Staff Kliring (Back Office)	24 Januari 2025
3	Wahyu H Nasution	48 Tahun	Regional Collection Branch Officer (RCBO)	27 Januari 2025
4	Adinda F	23 Tahun	Customer Service (Frontliner)	28 Januari 2025

Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama dengan empat (4) orang yang diantaranya pimpinan MNC Bank Medan (BOSM), karyawan Staff Kliring (Back Office), karyawan Sepcial Asset Management (SAM), dan karyawan Frontliner.

Narasumber pertama yaitu dengan Branch Manager and Service Manager MNC Bank Medan yaitu Bapak Budi Syahputra. Hal pertama yang peneliti tanyakan ialah mengenai strategi komunikasi apa yang digunakan dalam berkomunikasi dengan karyawan dalam meningkatkan kinerja. Beliau mengatakan *“Saya menggunakan berbagai strategi komunikasi, mulai dari komunikasi tatap muka langsung, rapat tim, e-mail, hingga penggunaan platform komunikasi internal perusahaan.”*

Hal kedua yang peneliti tanyakan ialah mengenai tentang bagaimana caranya agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh karyawan. Beliau mengatakan *“Saya selalu berusaha menyampaikan pesan dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Saya juga memberikan kesempatan kepada karyawan untuk bertanya atau memberikan umpan balik. Selain itu, saya sering menggunakan contoh - contoh atau ilustrasi untuk memperjelas pesan yang saya sampaikan agar mereka cepat memahami”*.

Kemudian peneliti melanjutkan wawancara dengan bertanya mengenai bagaimana caranya mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. *“Yaa, Saya mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi melalui berbagai cara, seperti saya men-survei kepuasan karyawan, melihat umpan balik dari karyawan, dan evaluasi kinerja tim. Saya juga selalu terbuka terhadap saran dari karyawan serta masukan dari karyawan, yang kemudian untuk saya bisa memperbaiki strategi komunikasi saya”* kata Bapak Budi Syahputra . Lalu peneliti menanyakan menurut beliau mengenai faktor – faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja. *“Menurut saya yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi adalah kejelasan pesan yang saya sampaikan maupun yang karyawan sampaikan”* kata beliau. *“Kemudian ketepatan waktu dalam*

penyampaian pesan juga sangat berpengaruh, keterbukaan komunikasi, dan hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan disini itu juga menjadi salah satu faktornya” tambah beliau.

Wawancara peneliti lanjutan melalui pertanyaan ke lima mengenai tantangan apa yang dihadapi dalam berkomunikasi dengan karyawan. Beliau mengatakan *“Mengenal tantangan yang saya hadapi, mungkin seperti perbedaan karakteristik karyawan, diantaranya seperti usia, pengalaman kerja, atau tingkat pendidikan mereka”*. *“Lalu bagaimana cara anda mengatasi tantangan tersebut?”* lanjut tanya peneliti. *“Untuk mengatasi tantangan tersebut, saya berusaha untuk lebih fleksibel dan adaptif dalam menggunakan strategi komunikasi. Saya juga berusaha untuk membangun komunikasi yang personal dengan setiap karyawan”* tegas beliau.

Peneliti melanjutkan wawancara selanjutnya mengenai adakah perbedaan strategi komunikasi yang digunakan untuk jenis karyawan yang berbeda (misalnya, berdasarkan usia, pengalaman kerja, atau tingkat pendidikan). Dari hasil wawancara, Pak Budi Syahputra mengatakan *“Tentu, saya perlu beradaptasi kepada karyawan yang pengalaman kerjanya masih minim dalam menyampaikan pesan dan juga arahan tugas, tidak seperti yang sudah berkerja lama disini”*. Hal selanjutnya peneliti menanyakan tentang bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan karyawan melalui komunikasi. Pak Budi Syahputra mengatakan *“Saya selalu menyempatkan diri saya untuk duduk – duduk santai dengan karyawan saya di jam makan siang sambil menanyakan bagaimana tugas mereka hari ini”*.

Kemudian wawancara berlanjut dengan pertanyaan mengenai hal masalah atau miskomunikasi yang menyebabkan kinerja karyawan menurun. Dari hasil wawancara, Pak Budi Syahputra menegaskan bahwa *“Tentu, saya memerhatikan bahwa masih ada karyawan yang belum memahami apa yang sudah menjadi tugas mereka. Terutama pada bidang Target Funding yang tidak tercapai dikarenakan pengetahuan karyawan Frontliner yang kurang memahami perihal produk perbankan”*. Kemudian peneliti menanyakan tentang bagaimana cara menangani konflik atau masalah yang timbul akibat

miskomunikasi tersebut. Beliau menjelaskan *“Saya terus memberi mereka pemahaman mengenai apa yang sudah menjadi jobdesc mereka dengan bahasa yang lebih jelas dan saya juga menjelaskan ke mereka melalui power point agar mereka lebih memahami, itulah cara saya. Jadi saya harap kedepannya hal miskomunikasi ini bisa berkurang atau bahkan tidak ada lagi”*.

Wawancara peneliti lanjutan melalui pertanyaan ke sembilan mengenai adakah keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh Branch Operation and Service Manager (BOSM) MNC Bank Medan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Pak Budi Syahputra mengatakan *“Ya, saya sangat menghargai karyawan saya. Mereka saya berikan kebebasan untuk berpendapat. Namun untuk hal ini, terkadang disaat akan melakukan suatu agenda seperti akhir tahun kemarin, saya mengizinkan mereka untuk memutuskan agenda seperti apa yang akan dilakukan. Tetapi masih dalam pantauan saya pastinya”*.

Wawancara selanjutnya peneliti lanjutan melalui pertanyaan tentang bagaimana cara memberikan umpan balik kepada karyawan mengenai kinerja mereka. Pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan terakhir untuk menutup wawancara peneliti dengan Branch Operation and Service Manager (BOSM) MNC Bank Medan yaitu Bapak Budi Syahputra. Melalui hasil wawancara tersebut, Pak Budi Syahputra menjelaskan *“Saya biasanya membuat catatan tentang kinerja karyawan yang kemudian saya kirimkan kepada mereka melalui e-mail, WhatsApp ataupun platform perusahaan lainnya. Jika kinerja karyawan tersebut menurun, saya akan berikan teguran dan saran yang sifatnya memotivasi mereka. Namun jika kinerja mereka meningkat bahkan mencapai target perusahaan, tentunya saya akan berikan apresiasi”*.



Gambar 4.1 Wawancara bersama Bapak Budi Syahputra (BOSM)

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan salah satu narasumber yang merupakan karyawan Staff Kliring (Back Office) yaitu Bapak Indra Prolikta, Regional Collection Branch Officer (RCBO) yaitu Bapak Wahyu H Nasution, dan Customer Service (Frontliner) yaitu Adinda F.

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan melalui sepuluh (10) pertanyaan kepada narasumber. Wawancara dimulai melalui pertanyaan bagaimana para karyawan menilai komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan ke tiga narasumber, menurut Bapak Indra Prolikta komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan lagi. Untuk lebih spesifiknya, beliau mengatakan *“Menurut saya, komunikasi pimpinan cukup baik, namun perlu ditingkatkan dalam hal transparansi. Terkadang, informasi yang bersifat penting disampaikan secara mendadak atau kurang detail”*.

Selain itu, Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Saya menilai komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan saya cukup baik. Beliau selalu berusaha untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan terbuka. Namun, ada beberapa kesempatan di mana saya merasa komunikasi bisa lebih ditingkatkan lagi, terutama dalam memberikan umpan balik atau*

menjelaskan ekspektasi secara lebih rinci". Sementara itu, Adinda F mengatakan *"Cukup baik. Pimpinan sangat komunikatif dan mudah diajak bicara, namun terkadang kurang personal"*.

Kemudian wawancara peneliti lanjutan dengan pertanyaan tentang kejelasan pesan yang disampaikan oleh pimpinan jelas dan mudah dipahami atau tidak. Berdasarkan dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan jawaban yang berbeda – beda dari ke tiga narasumber, menurut Bapak Indra Prolikta, ia mengatakan *"Cukup jelas, namun terkadang terlalu formal. Saya berharap pimpinan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan menghindari jargon yang berlebihan. Saya ingin ada penyampaian yang lebih santai agar pesan lebih mudah diterima dan dipahami"*.

Sementara itu, Bapak Wahyu H Nasution mengatakan hal sebaliknya, ia mengatakan *"Pesan yang disampaikan oleh pimpinan saya sudah jelas dan mudah dipahami. Beliau menggunakan bahasa yang lugas dan menghindari istilah-istilah teknis yang berlebihan. Namun, terkadang saya merasa perlu penjelasan lebih lanjut untuk memahami konteks atau tujuan dari pesan tersebut"*. Selain itu Adinda F mengatakan *"Jelas sih. namun terkadang terlalu fokus pada angka dan target. Akan tetapi pimpinan juga memberikan contoh dan ilustrasi agar mudah di mengerti"*.

Selanjutnya, hasil wawancara kepada narasumber melalui pertanyaan apakah karyawan merasa termotivasi dengan komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan, ke tiga narasumber juga memberikan jawaban yang berbeda. Narasumber pertama yaitu Bapak Indra Prolikta mengatakan *"Tergantung. Saat ada apresiasi, saya termotivasi. Namun, kritikan seringkali disampaikan tanpa solusi atau arahan yang jelas"*. Sementara, Bapak Wahyu H Nasution memberikan jawaban yang berbeda, beliau mengatakan *"Ya, saya merasa termotivasi oleh komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan saya. Beliau sering memberikan apresiasi atas kinerja saya dan memberikan dorongan untuk terus berkembang. Komunikasi yang positif ini membuat saya merasa dihargai dan membuat saya termotivasi untuk memberikan yang terbaik"*. Selanjutnya narasumber ke tiga, yaitu Adinda F mengatakan

“Saya pribadi merasa termotivasi, karena beliau selalu memberikan semangat dan motivasi kepada kami para Customer Service disini”.

Setelah itu, wawancara dilanjutkan dengan pertanyaan ke empat mengenai apakah para karyawan merasa memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat atau ide kepada pimpinan mereka. Setelah bertanya mengenai hal tersebut, narasumber pertama yaitu Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Ada. Pimpinan terbuka kepada semua karyawan, namun saya harus mencari waktu yang tepat karena kesibukan beliau”.*

Selanjutnya, Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Ya, saya merasa memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat atau ide kepada pimpinan saya. Beliau terbuka terhadap masukan dari karyawan dan selalu berusaha untuk mendengarkan pendapat kami”.* Lalu, Adinda F mengatakan *“Mungkin karena saya masih belum terlalu lama kerja disini, saya merasa pimpinan selalu mendengarkan pendapat maupun ide – ide saya”.*

Kemudian wawancara dilanjutkan melalui pertanyaan tentang hal apakah para karyawan merasa dihargai dan didengarkan oleh pimpinan mereka kepada ke tiga narasumber. *“Dihargai pasti. Namun jika saya merasa didengarkan tidak selalu, karena tergantung situasinya. Terkadang beliau sangat sibuk sehingga lupa dengan pesan yang saya sampaikan, jadi saya harus mengingatkan beliau kembali pesan tersebut”* kata Bapak Indra Prolikta. Sementara itu, Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Ya, saya merasa dihargai dan didengarkan oleh pimpinan saya. Beliau selalu berusaha untuk memberikan perhatian penuh saat saya berbicara dan menanggapi pertanyaan atau masukan saya dengan serius”.* Narasumber selanjutnya, yaitu Adinda F mengatakan *“Dihargai. Bahkan beliau selalu memberikan perhatiannya dengan mengingatkan para karyawan untuk jangan lupa makan saat jam istirahat”.*

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah karyawan merasa komunikasi yang baik dengan pimpinan berkontribusi pada peningkatan kinerja mereka. Berdasarkan pertanyaan tersebut, Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Tentu. Komunikasi yang baik membuat saya lebih fokus dengan pekerjaan saya.*

Dan selain itu komunikasi yang baik bisa mempermudah koordinasi dan kolaborasi dengan tim”. Kemudian Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Tentu, komunikasi yang baik dengan pimpinan sangat berkontribusi pada peningkatan kinerja saya. Dengan komunikasi yang efektif, saya bisa memahami maksud dan ekspektasi pimpinan dengan jelas, kemudian mendapatkan umpan balik yang konstruktif, lalu saya merasa termotivasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan”*. Sementara itu, Adinda F mengatakan *“Ya, jika komunikasinya positif dan membangun. Hal itu dapat membuat saya lebih percaya diri dan bersemangat”*.

Kemudian peneliti bertanya pada pertanyaan ke tujuh tentang hal – hal yang ingin disampaikan oleh karyawan terkait dengan komunikasi di MNC Bank Medan. Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Saya ingin pimpinan lebih memperhatikan kesejahteraan karyawan dan memberikan apresiasi yang lebih personal. Mungkin perlu juga lebih sering mengadakan pertemuan informal antara pimpinan dan staf untuk membangun hubungan yang lebih dekat”*. Narasumber ke dua yaitu Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Saya berharap komunikasi di MNC Bank Medan dapat terus ditingkatkan, terutama dalam hal transparansi dan keterbukaan informasi. Saya juga berharap ada lebih banyak kesempatan bagi karyawan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pekerjaan kami”*. Sementara itu, Adinda F mengatakan *“Tidak ada sih, saya merasa komunikasi di sini sudah sangat baik”*.

Peneliti bertanya ke pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana komunikasi antara karyawan, seperti karyawan dengan atasan maupun sesama karyawan itu sendiri. Dari pertanyaan tersebut, Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Beragam ya menurut saya. Ada yang sangat baik, ada juga yang kurang efektif. Karena terkadang ada batasan antara staf senior dan junior”*. Sementara itu, Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Komunikasi antara karyawan di berbagai tingkatan di MNC Bank Medan berjalan cukup baik. Kami memiliki berbagai saluran komunikasi yang memungkinkan kami untuk berinteraksi dengan mudah, baik secara formal maupun informal”*.

Sedangkan menurut Adinda F, ia mengatakan *“Yang saya rasakan sih cukup baik, karena saya melihat ada kesenjangan antara staf dengan posisi yang berbeda”*.

Wawancara peneliti lanjutan ke pertanyaan selanjutnya mengenai saluran komunikasi khusus yang digunakan di MNC Bank Medan, misalnya seperti e-mail ataupun rapat rutin. Dari pertanyaan tersebut, Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Ada. Kita menggunakan semua saluran komunikasi yang umum digunakan, seperti e-mail, telepon, rapat, dan aplikasi internal perusahaan juga ada”*. Kemudian hasil wawancara dari narasumber selanjutnya, yaitu Bapak Wahyu H Nasution mengatakan *“Ada, MNC Bank Medan menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti e-mail, rapat rutin, dan aplikasi pesan instan. Kami juga memiliki portal internal yang digunakan untuk berbagi informasi dan pengumuman”*. Sementara itu, narasumber ke tiga yaitu Adinda F mengatakan *“Sama seperti perusahaan yang lain, ada e-mail, telepon, grup WhatsApp. dan rapat”*.

Selanjutnya wawancara di akhiri melalui pertanyaan ke sepuluh tentang apakah karyawan merasa komunikasi di MNC Bank Medan transparan dan terbuka. Melalui pertanyaan tersebut, Bapak Indra Prolikta mengatakan *“Tidak Selalu. Informasi terkadang hanya disampaikan ke level tertentu saja. Mungkin saja ada beberapa informasi yang bersifat rahasia”*. Selanjutnya peneliti bertanya ke Bapak Wahyu H Nasution, ia mengatakan *“Secara umum, saya merasa komunikasi di MNC Bank Medan cukup transparan dan terbuka. Namun, ada beberapa informasi yang saya rasa perlu disampaikan secara lebih terbuka, terutama yang berkaitan dengan perubahan kebijakan atau strategi perusahaan”*. Sementara itu, Adinda F mengatakan *“Mungkin karna saya sebagai Customer Service, saya merasa tidak sepenuhnya transparan dan terbuka. Ada beberapa informasi yang tidak dibagikan secara terbuka”*.



Gambar 4.2 Wawancara bersama Bapak Indra Prolikta
Staff Kliring (Back Office)



Gambar 4.3 Wawancara bersama Bapak Wahyu H Nasution
Regional Collection Branch Officer (RCBO)



Gambar 4.4 Wawancara bersama Adinda F
Customer Service (Frontliner)

4.2 Pembahasan

Setelah melakukan wawancara dengan empat narasumber yang salah satunya merupakan pimpinan MNC Bank Medan (BOSM) dan yang lain merupakan karyawan di MNC Bank Medan, peneliti dapat melakukan penjabaran pembahasan dari hasil penelitian di MNC Bank Medan yang menjadi subjek penelitian. Berdasarkan pada profil narasumber, terdapat satu (1) narasumber yang berumur 23 tahun yang berarti masih memiliki pengalaman kerja yang minim. Sedangkan dua (2) narasumber yang lainnya berumur 48 tahun dan 53 tahun yang berarti memiliki pengalaman kerja yang banyak.

Hal ini menunjukkan bahwa latar belakang dari setiap karyawan juga dapat mempengaruhi gaya komunikasi pimpinan kepada setiap karyawan. Dengan adanya karyawan yang memiliki latar belakang yang berbeda – beda, baik dari segi umur, pengalaman kerja, maupun tingkat pendidikan membuat pimpinan perlu beradaptasi dengan hal tersebut. Pada dasarnya kegiatan komunikasi adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan sehingga dengan pimpinan menyesuaikan gaya atau cara mereka berkomunikasi dengan karyawan yang memiliki latar belakang yang berbeda – beda dapat membuat strategi komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan menjadi lebih efektif.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Ternerman (2021) bahwasannya kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana, kegiatan komunikasi dipahami sebagai kegiatan penyampaian dan penerimaan pesan atau ide dari satu pihak ke pihak yang lain, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pandangan atas ide yang dipertukarkan tersebut.

Peran seorang pimpinan sangat berpengaruh untuk kemajuan suatu perusahaan dalam mencapai target dan tujuan perusahaan tersebut. Seorang pemimpin yang baik harus mempunyai jiwa kepemimpinan yang tinggi untuk dapat mempengaruhi bawahan atau karyawannya di dalam sebuah perusahaan. Dengan sikap dan jiwa kepemimpinan yang tegas, disiplin, serta visi yang dapat memotivasi karyawan, dapat dipastikan para karyawan akan dapat mengikuti arahan yang diberikan dengan baik.

Hal ini sesuai dengan pendapat para ahli, yaitu Mifta Thoha dalam Ariantini (2022) menyatakan bahwa kepemimpinan merupakan suatu kegiatan untuk mempengaruhi perilaku orang lain, atau seni untuk mempengaruhi perilaku manusia baik perorangan maupun kelompok. Harold Kontz dalam Ariantini (2022) juga mendefinisikan kepemimpinan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi orang sehingga mereka akan berusaha untuk mencapai tujuan bersama dengan kemauan dan antusiasnya.

Pimpinan MNC Bank Medan telah menggunakan beragam strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan. Strategi – strategi ini mencakup berbagai aspek komunikasi, baik formal maupun informal, dan bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta memotivasi karyawan untuk mencapai kinerja terbaik mereka. Dalam upaya untuk menyampaikan informasi, pimpinan MNC Bank Medan menyadari pentingnya komunikasi yang efektif dalam penyampaian informasi kepada karyawan. Pimpinan berupaya memastikan informasi yang terkait dengan target kerja, kebijakan perusahaan, dan perubahan – perubahan lainnya disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Aspek komunikasi formal yang dilakukan oleh pimpinan MNC Bank Medan ialah melalui sarana komunikasi seperti e-mail, pesan instan, dan platform komunikasi internal perusahaan dapat menjangkau karyawan dengan preferensi dan kebutuhan yang berbeda.

Selain komunikasi formal, pimpinan MNC Bank Medan juga membangun komunikasi informal dengan karyawan. Komunikasi informal ini dilakukan melalui kegiatan-kegiatan seperti acara makan siang bersama, kegiatan olahraga, dan acara – acara sosial lainnya. Komunikasi informal ini bertujuan untuk mempererat hubungan antara pimpinan dan karyawan serta menciptakan suasana kerja yang lebih menyenangkan.

Strategi komunikasi dua arah antara pimpinan dan karyawan juga dilakukan oleh pimpinan MNC Bank Medan. Dengan strategi komunikasi dua arah antara pimpinan dan karyawan dapat memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyampaikan pendapat, saran, dan masukan terkait pekerjaan mereka. Komunikasi dua arah ini diwujudkan melalui forum diskusi, survei, dan pertemuan informal. Namun, strategi komunikasi dua arah tersebut dapat berjalan lebih efektif jika dilakukan secara tatap muka atau pertemuan informal dengan karyawan.

Strategi komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan berjalan lebih efektif dibandingkan dengan strategi komunikasi lainnya dikarenakan proses penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan baik kepada karyawan. Strategi komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh pimpinan ialah seperti memberikan umpan balik terkait kinerja karyawan maupun dalam memberikan arahan tugas.

Selain itu, dengan menggunakan strategi tatap muka secara langsung dengan karyawan, pimpinan berupaya menciptakan lingkungan komunikasi yang terbuka, dimana karyawan merasa nyaman untuk menyampaikan pendapat, ide, dan keluhan. Informasi terkait target perusahaan, kinerja, dan perubahan kebijakan disampaikan secara transparan kepada seluruh karyawan.

Sebagai karyawan, komunikasi yang efektif dari pimpinan memiliki peran besar dalam meningkatkan motivasi karyawan. Motivasi kerja karyawan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kinerja dan produktivitas perusahaan. Banyak karyawan merasa termotivasi ketika pimpinan memberikan apresiasi atas kinerja mereka berupa pujian lisan, penghargaan, atau kesempatan untuk mengembangkan diri.

Asri Ispawati (2022) juga menyatakan hal yang sama dalam penelitiannya, bahwasannya motivasi kerja merupakan salah satu faktor penting dalam eksistensi instansi. Sehingga motivasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor – faktor motivasi kerja pegawai yaitu motivasi internal dari dalam karyawan maupun motivasi eksternal yang muncul dari instansi. Strategi yang diberikan oleh atasan kepada bawahan sering berbentuk cerita – cerita penyemangat. Motivasi sangat berkaitan langsung dengan semangat kerja pegawai sehingga dengan motivasi yang tinggi sasaran dan tujuan dapat tercapai dengan maksimal.

Strategi komunikasi efektif yang dilakukan oleh pimpinan MNC Bank Medan memiliki dampak yang sangat positif terhadap kinerja karyawan. Peningkatan motivasi kerja karyawan dapat meningkat karena para karyawan merasa dihargai dan diperhatikan sebagai individu. Sehingga, karyawan yang termotivasi cenderung lebih produktif dalam bekerja dan membantu karyawan memahami tugas dan tanggung jawab mereka dengan lebih baik. Selain itu, komunikasi yang efektif juga berdampak dalam hal kerja sama tim antar karyawan.

Dengan komunikasi efektif yang dilakukan oleh pimpinan, kualitas kerja antara karyawan dari berbagai divisi atau golongan dapat meningkat. Kemudian tingkat *turnover* dapat menurun dikarenakan karyawan yang merasa puas dengan komunikasi di tempat kerja cenderung lebih loyal dan tidak ingin meninggalkan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari penelitian mengenai strategi komunikasi pimpinan MNC Bank Medan kepada karyawan dalam meningkatkan kinerja, maka simpulan dari penelitian ini adalah :

1. Pimpinan MNC Bank Medan menerapkan berbagai strategi komunikasi dalam berinteraksi dengan karyawan baik secara formal maupun informal dalam meningkatkan kinerja karyawan. Strategi komunikasi yang digunakan oleh pimpinan MNC Bank Medan meliputi komunikasi lisan (pertemuan, briefing, diskusi, rapat tim), komunikasi tertulis (memo, formulir, laporan), dan komunikasi nonverbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah). Penggunaan media elektronik seperti e-mail perusahaan dan aplikasi pesan instan seperti Whatsapp Group juga berperan penting dalam penyampaian informasi.
2. Terdapat beberapa hambatan saat pimpinan MNC Bank Medan melakukan berbagai strategi dalam berkomunikasi dengan karyawan. Beberapa hambatan komunikasi yang ditemukan meliputi perbedaan persepsi, kurangnya keterbukaan, dan beban kerja yang tinggi. Hambatan – hambatan ini dapat menyebabkan miskomunikasi antara pimpinan dan karyawan serta menghambat komunikasi yang efektif dan berdampak pada kinerja karyawan.
3. Komunikasi tatap muka merupakan strategi komunikasi yang sering digunakan oleh pimpinan MNC Bank Medan. Komunikasi tatap muka lebih jelas, dua arah, terbuka dan terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman karyawan terhadap tugas dan tanggung jawab mereka. Selain itu, pimpinan dapat memberikan umpan balik secara tepat waktu untuk mengarahkan dan mendorong karyawan dalam memperbaiki kinerja mereka.

4. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan memiliki dampak positif terhadap peningkatan kinerja karyawan. Komunikasi yang baik membangun rasa percaya karyawan terhadap pimpinan. Melalui komunikasi tatap muka yang terbukti efektif akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan memperkuat rasa kebersamaan antar karyawan. Selain itu karyawan merasa lebih termotivasi, memiliki pemahaman yang lebih baik tentang tujuan perusahaan, dan mampu bekerja lebih efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran kepada pimpinan MNC Bank Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan, diantaranya:

1. Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi komunikasi yang diterapkan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Serta mengumpulkan umpan balik dari karyawan mengenai efektivitas komunikasi pimpinan.
2. Pimpinan MNC Bank Medan perlu meningkatkan keterbukaan dan transparansi dalam menyampaikan informasi kepada karyawan dengan menciptakan forum diskusi atau rapat rutin untuk membahas isu – isu penting dan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyampaikan pendapat. Hal ini dapat mengurangi miskomunikasi yang akan terjadi dan juga menciptakan budaya komunikasi yang terbuka dan transparan.
3. Pimpinan MNC Bank Medan perlu terus mengembangkan keterampilan dalam berkomunikasi dengan para karyawan, terutama dalam memberikan umpan balik dan mendengarkan masukan para karyawan yang memiliki perbedaan latar belakang seperti usia, pengalaman kerja dan tingkat pendidikan mereka. Menjadi seorang pemimpin juga harus bersikap terbuka terhadap kritik dan bersedia mengakui kesalahan.

4. Pimpinan MNC Bank Medan perlu mengadakan pelatihan penggunaan teknologi komunikasi jika ada karyawan yang kurang menguasai tentang teknologi sehingga komunikasi dua arah dan komunikasi di bidang teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mempercepat penyampaian informasi.
5. Lebih memperhatikan kesejahteraan seluruh karyawan dengan memberikan apresiasi serta umpan balik. Umpan balik sebaiknya diberikan secara personal seperti melalui percakapan tatap muka agar lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Ahmad. (2021). *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif* (Vol.1).
- Al Barqy, Abdul Aziz. *Strategi kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja pegawai di kementerian agama kota malang*. Diss. Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim, 2015.
- Ananda, Aditya, and Y. Nuraeni. "Strategi Komunikasi Organisasi Dan Negosiasi Manajemen Dengan Serikat Pekerja Dalam Membangun Hubungan Industrial Yang Harmonis (Studi Pada PT. Bank "X")." *International Journal of Communication, Management and Humanities* 1.2 (2020): 173-181.
- Andriani, Siti Sarah, and Satya Candrasari. "Komunikasi Interpersonal Pimpinan Tambuo dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan." *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi* 8.3 (2022): 2993-3001.
- As' ariantini, As' ariantini. *Strategi pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PD. BPR NTB Mataram Cabang Aikmel*. Diss. UIN Mataram, 2022.
- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administasi Kemennterian Agama RI. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267-285.
- Astuti, Santi Handa. *Strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan etos kerja pegawai kantor camat tungkal jaya kabupaten musi banyuasin*. Diss. UIN RADEN FATAH PALEMBANG, 2018.
- Aw, Suranto, 2018. *Komunikasi Organisasi, Prinsip Komunikasi untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. PT.Remaja Rosdakarya: Yogyakarta.
- Bangun, Wilson, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga: Jakarta.
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3).
- Irwan, M. R., and Faustyna, F. (2023). Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Percepatan Penurunan Kondisi Stunting Pada Anak Di Lubuk Pakam Deli Serdang. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(1), 81-86.
- Lubis, Faizal Hamzah, and Namira Namira. "Strategi Komunikasi Samsat Medan Utara Dalam Mensosialisasikan Program Mandiri Ketuk Pintu Bagi Masyarakat Penunggak Pajak Kendaraan." *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik* 2.2 (2023): 110-116.

- Kaleta, D. (2006). Lifestyle Index and Work Ability. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 19(3). 170-177.
- Lova, Alfis Satria. *Strategi Komunikasi Pimpinan Dinas Perhubungan Provinsi Riau Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif (XXVII)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, and Achmad Wildan Kurniawan. "Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 3.1 (2017): 90-95.
- Rahmawati, Rahmawati. *Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Samsat Di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir*. Diss. Universitas Islam Riau, 2021.
- Ruliana, Poppy, 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Study Kasus*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Robbins, S. P. (2006). *Organizational Behaviour*. Sevent Edition. Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- Rosyidah, Wahidatur, Tony S. Soekrani, and Solikhah Yuliatiningtyas. "Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Kajian Pendidikan* 6.3 (2024).
- Sariani, Ni Luh Putu. "Strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di bhr law office." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 4.2 (2019): 115-126.
- Sinambela, Ella Anastasya, and Utami Puji Lestari. "Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10.1 (2022): 178-190.
- Sosains, J., Sosial, J., Sains, D., Nataniela, S., & Huwae, G. N. (2024). *Strategi Public Relations Perusahaan X dalam Menangani Permasalahan Eksternal yang Terjadi di Media Sosial*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kuanlitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tamri, Tamri. "Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kota Lubuklinggau." *Jurnal Perspektif Pendidikan* 15.1 (2021): 99-107.
- Tenerman, Tenerman. "Pola komunikasi badan kenaziran masjid dalam penanggulangan pergaulan bebas di desa hamparan perak." *Warta Dharmawangsa* 15.3 (2021): 331-339.
- Yunita Pratiwi, C., Cindrakasih, Rrr., & Novianita, R. (2021). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Strategi Komunikasi Digital PT GOJEK*

INDONESIA Dimasa Pandemi COVID-19 1.

Zamzami, Wili Sahana. "Strategi Komunikasi Organisasi." *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (2021): 25-35.

Berikut adalah pedoman wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian yang berjudul

**STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN KEPADA
KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA**

Jabatan/Divisi : Pimpinan (Branch Operation and Service Manager)

1. Strategi komunikasi apa yang Anda gunakan dalam berkomunikasi dengan karyawan dalam meningkatkan kinerja?
2. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang Anda sampaikan dipahami dengan baik oleh karyawan?
3. Bagaimana Anda mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang Anda gunakan?
4. Faktor-faktor apa yang menurut Anda mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi Anda dalam meningkatkan kinerja karyawan?
5. Tantangan apa yang Anda hadapi dalam berkomunikasi dengan karyawan, dan bagaimana Anda mengatasinya?
6. Apakah ada perbedaan strategi komunikasi yang Anda gunakan untuk jenis karyawan yang berbeda (misalnya, berdasarkan usia, pengalaman kerja, atau tingkat pendidikan)?
7. Bagaimana Anda membangun hubungan yang baik dengan karyawan melalui komunikasi?
8. Apakah ada masalah atau miskomunikasi yang menyebabkan kinerja karyawan Anda menurun dan Bagaimana Anda menangani konflik atau masalah yang timbul akibat miskomunikasi tersebut?
9. Apakah Anda melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan? Jika ya, bagaimana caranya?
10. Bagaimana Anda memberikan umpan balik kepada karyawan mengenai kinerja mereka?

All materi wawancara selesai
Ru/6/1-2025

Jabatan/Divisi : Karyawan (Back Office, RCBO, Customer Service)

1. Bagaimana Anda menilai komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Anda?
2. Apakah pesan yang disampaikan oleh pimpinan Anda jelas dan mudah dipahami?
3. Apakah Anda merasa termotivasi dengan komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Anda?
4. Apakah Anda merasa memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat atau ide kepada pimpinan Anda?
5. Apakah Anda merasa dihargai dan didengarkan oleh pimpinan Anda?
6. Apakah Anda merasa komunikasi yang baik dengan pimpinan berkontribusi pada peningkatan kinerja Anda?
7. Apakah ada hal-hal yang ingin Anda sampaikan terkait dengan komunikasi di MNC Bank Medan?
8. Bagaimana komunikasi antara karyawan di berbagai tingkatan (misalnya, antara karyawan dengan atasan, antara sesama karyawan)?
9. Apakah ada saluran komunikasi khusus yang digunakan di MNC Bank Medan (misalnya, e-mail, rapat rutin)?
10. Apakah Anda merasa komunikasi di MNC Bank Medan transparan dan terbuka?



No : 024/Srt-MNC/MDN/VII/2025

Medan, 11 Juli 2025

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Jl. Mukhtar Basri No. 3
Medan

Dengan hormat,

Perihal : Izin Penelitian Mahasiswa Untuk Penulisan Skripsi

Menunjuk Surat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara No. 1169/KET/IL3.AU/UMSU-03/F/2025 perihal Diberikan Izin Penelitian untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), maka melalui surat ini kami **Dapat Menyetujui** mahasiswa Saudara untuk melaksanakan Penelitian yang dimaksud di PT. Bank MNC Internasional Tbk Cabang Medan sesuai dengan surat yang saudara kirimkan kepada kami.

Adapun nama dari Mahasiswa yang melaksanakan Penelitian tersebut adalah sbb :

- Nama Mahasiswa : **Muhammad Rafiqih Azhar**
- NPM : 2003110309
- Program Studi : Ilmu Komunikasi
- Semester : X (Sepuluh) Tahun Akademik 2024/2025
- Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan Kepada Karyawan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami
PT. Bank MNC Internasional Tbk
Cabang Medan

Budi Syahputra
Branch Operation Service Manager



UMSU

Unggul | Cordat | Terpercaya

Dikirim melalui surat ini agar disetujui
nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/11/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
Email: help@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id

Sk-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 30 Oktober 2024.

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Muhammad Rafiqh Azhar
NPM : 200340309
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 133.0. SKS, IP Kumulatif 3.44

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	<u>Strategi komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan kepada Karyawan dalam meningkatkan kinerja</u>	<u>✓</u>
2	<u>Analisis penggunaan Konten Komedi dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pengguna produk HelloHnfting di Medan</u>	
3	<u>Strategi Promosi Melalui Sosial Media Instagram untuk Meningkatkan Penjualan IM Parfume di Kota Medan</u>	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP telah berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

230.20.311

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 01 November 2024

Ketua

Program Studi.....

(.....)
NIDN:

Pemohon,

(M. RAFIQH AZHAR)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

(Dr. Lutfi Basit)

NIDN:





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1932/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **01 November 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD RAFIQIH AZHAR**
N P M : 2003110309
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN
KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA**

Pembimbing : **Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 230.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 01 November 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 30 Rabiul Akhir 1445 H
02 November 2024 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppi/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Nomor : 1169/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Lampiran : -.-

Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 15 Muharram 1447 H

10 Juli 2025 M

Kepada Yth : Pimpinan Cabang PT. Bank MNC Internasional Tbk
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Bank MNC Internasional Tbk, atas nama :

Nama mahasiswa	: MUHAMMAD RAFIQIH AZHAR
N P M	: 2003110309
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: X (Sepuluh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 3622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 22 November 2024

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : M Rafiqih Azhar
N P M : 2003110309
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Pimpinan MNC Bank Medan Kepada Karyawan
Dalam Meningkatkan Kinerja

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. **DKAM** (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. **Proposal Skripsi** yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyerahi :

Pembimbing

(Dr. Lutfi Basri)

NIDN: 002067106

Pemohon,

(M Rafiqih Azhar)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 2270/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 30 Desember 2024
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
1	ISMUL AULYA HASIBUAN	190311271	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SENTRA INDUSTRI SALAK AGRINA DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK OLAHAN DI KABUPATEN TAPANULI SELATAN
2	MUHAMMAD RAFIQH AZHAR	2003110309	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA
3	HAGRIL	2003110233	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ARIAS AZHAR, M.A.	OPINI MASYARAKAT KOTA LHOKEUMAWA TERHADAP PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2024
4	MUHAMMAD DWIKY FADILLAH	2003110305	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PADA PEDAGANG MONZA DI KOTA TANJUNGPINANG
5	ZAIZAFUUN SHOBUUHAH	2103110053	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERILAKU SHOPAHOLIC PADA REMAJA DI KABUPATEN BATU BARA

Medan, 26 Desember 2024
27 Desember 2024



(Assec. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.)



Tanggal 13 mhs
Jmf 27.12.24



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip Umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📧 ur:sumedan 📠 umsumedan 📧 umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap

NPM

Program Studi

M. Rafiqh Azhar

2003110309

ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK
MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN
KINERJA

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	30 Oktober 2024	Bimbingan hari pertama setelah pengajuan judul	
2.	6 November 2024	Konsultasi Bab I, Bab II dan Bab III	
3.	7 November 2024	Revisi Proposal / Perbaikan	
4.	22 November 2024	Acc Proposal Skripsi: 2 Ttd SK-3	
5.	27 November 2024	Pemberian undangan sempro	
6.	18 Januari 2025	Perbaikan Setelah Sempro / Revisi	
7.	3 Februari 2025	Perbaikan ABSTRAK	
8.	8 Februari 2025	Perbaikan Bab 4	
9.	10 Februari 2025	Perbaikan Bab 5	
10.	25 Februari 2025	Acc Skripsi	

Medan, 25 Februari 2025



Dekan
Dr. Anshori, S.Sos., M.Pd
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi

(Anshori, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

Pembimbing

Dr. H. Basri
NIDN: 0127048401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1118/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 02 Juli 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Juat ulian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	SAYED SAHDAN PUTRA PRATAMA	2103110222	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PENGARUH PROGRAM "RRQ KELILING KOTA" TERHADAP INTERAKSI DIGITAL DAN SOSIAL KOMUNITAS KINGDOM MEDAN
2	MUHAMMAD RAFIQIH AZHAR	2003110309	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA
3	MIFTAHUL JANNAH HARIANJA	2003110291	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERHUBUNGAN KOTA MEDAN DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PENGGUNA PARKIR BERLANGGARAN
4	MHD. RENDI AKBAR LUBIS	1903110042	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEED LETTER DI KOTA MEDAN
5	BAGAS ARYA ANDHIKA	1803110066	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA DESA TUNTUNGAN I KECAMATAN PANCUR BATU KABUPATEN DELI SERDANG DALAM MENJALANKAN PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Notulis Sidang :

total : 8 menit

Medan, 05 Muharram 1447 H
30 Juni 2025M.



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Ketua

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom

