

**KOMUNIKASI INSTRUMENTAL ANTARA PIMPINAN
DAN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN
PRODUKTIVITAS KERJA DI
PT. SOCFINDO, MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

ERWINDA PRATIWI
NPM: 1303110012

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

PERTANYAAN

PIMPINAN

- 1. Apakah anda menjalankan SOP seperti yang ditentukan perusahaan?**
- 2. Selain diperusahaan (diluar perusahaan atau diluar kantor)?**
- 3. Bagaimana kedekatan anda dengan karyawan?**
- 4. Apakah anda selalu memberikan informasi terbaru kepada karyawan ?**
- 5. Ketika karyawan anda mendapat prestasi apakah anda akan mendukung?**
- 6. Apakah komunikasi anda dengan karyawan anda baik?**
- 7. Selain diperusahaan (diluar perusahaan atau diluar kantor) apakah tetap berhubungan dengan baik ?**
- 8. Ketika karyawan melakukan kesalahan apa anda lakukan?**
- 9. Ketika karyawan tidak dapat masuk apa yang anda lakukan?**
- 10. Sebagai pimpinan pernahkah anda memberi motivasi kerja?**
- 11. Apa Pesan dan kesan anda terhadap karyawan?**

KARYAWAN

- 1. Bagaimana hubungan anda dengan pimpinan?**
- 2. Bagaimana komunikasi anda dengan pimpinan?**
- 3. Apakah diperusahaan ini memiliki SOP hubungan karyawan dan pimpinan?**
- 4. Apakah pimpinan anda selalu memberikan informasi terbaru?**
- 5. Pernahkah anda berprestasi di perusahaan? Ketika berprestasi apa yang dilakukan pimpinan?**
- 6. Ketika diluar kantor apakah anda dan pimpinan tetap berhubungan baik?**
- 7. Ketika anda sakit atau tidak dapat masuk kerja apa yang pimpinan lakukan?**
- 8. Ketika anda melakukan salah apa yang pimpinan lakukan?**
- 9. Pernahkah pimpinan anda memberikan motivasi kerja?**
- 10. Bagaimana motivasi yang diberikan pimpinan?**
- 11. Apa pesan dan kesan anda terhadap pimpinan?**

ABSTRAK

KOMUNIKASI INSTRUMENTAL ANTARA PIMPINAN DAN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PT. SOCFINDO, MEDAN

ERWINDA PRATIWI
1303110012

Persaingan dunia bisnis semakin pesat membuat kencangnya laju globalisasi. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan harus memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif, respon yang cepat dan fleksibel, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain khususnya dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis. Dimana setiap perusahaan terus berusaha mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui produktivitas kerja antara pimpinan dan karyawan PT. Socfindo, Medan. Dalam penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan data yang diperoleh dari (empat) orang narasumber yang memiliki profesi yang sedikit berbeda seperti pimpinan dan karyawan. Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis data melalui reduksi data, paparan data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian ini adalah bagaimana mengetahui produktivitas kerja antara pimpinan dan karyawan PT. Socfindo, medan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara Komunikasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di PT. Socfindo. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh antara Komunikasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di PT. Socfindo, Medan.

Kata kunci : Komunikasi, Komunikasi instrumental, Produktivitas Kerja

KATA PENGANTAR



Maha Suci Allah SWT yang menganugerahkan setiap orang yang menjalani hidup didunia ini yang berbeda-beda. Maha Indah karunia-Nya yang telah membekali masing-masing orang dengan potensi beraneka rupa. Puji dan syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena atas karunia, hidayah dan anugerah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan masyarakat di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan selesainya skripsi ini dengan judul **komunikasi instrumental antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja di PT. Socfindo, medan.** Shalawat beriring salam juga penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kabar gembira dan keselamatan bagi seluruh umat manusia serta membawa pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, hal ini disebabkan karena terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, dengan rendah hati dan ikhlas penulis menerima kritikan dan saran yang dapat membangun dari para pembaca yang nantinya dapat berguna untuk penyempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, baik secara moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

Teristimewa dan paling utama serta paling tercinta dan tersayang kepada orang tua yakni Ayahanda Beny Erwin dan Ibunda Endang Pujiarti yang telah mendukung dan membantu saya baik dari segi moril maupun materil, yang selalu mendukung dan memotivasi serta doa restu kepada saya untuk terus maju menggapai cita-cita saya. Mereka adalah sumber inspirasi dan motivasi saya dalam melangkah kedepan untuk menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi sesuai dengan syariah Islam. Karena dengan do'a dan tetesan keringat merekalah yang bisa menggapai cita hari ini yang telah kudapati serta apa yang telah kuimpikan dan yang telah kutempuh dengan cucuran keringat, keyakinan, kesabaran dan do'a. Mereka telah menghantarkanku kehari depan walaupun esok masih menjadi tanda tanya. Saya akan berjuang untuk menjadi manusia yang lebih baik kedepannya serta insyaallah akan berusaha menjadi anak yang dapat membanggakan orang tua serta anakmu ini akan menjaga atas apa yang telah di dapatkan selama ini dengan baik. Amin Ya Rabbal'alamin.

Serta penulis juga mengucapkan terima kasih seluruhnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Abrar Adhani, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan serta waktunya.
5. Dosen serta seluruh Pegawai Staff Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh Pegawai Staff Biro yang telah banyak membantu dalam semua urusan penulis mulai dari awal perkuliahan sampai akhir pengerjaan skripsi penulis.
7. Kepada keluarga terima kasih telah mensupport saya hingga bisa menyelesaikan skripsi hingga selesai terutama untuk ayahanda ibunda dan adik-adik saya diny dan dimas.
8. Kepada Pak Adin, pak Marzuki, Bang Wanda, dan pak Ermon yang telah memberikan kesempatan waktu kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasinya.
9. Kepada seluruh teman-teman seperjuanganku terkhususnya kepada WIWUKY singkatan dari Winda, Ila, widy, uwi, kiki, yanda yang telah berjuang bersama-sama sejak awal perkuliahan.
10. Kepada teman tercinta saraswati, mira paasaribu, rismaywati, fachry syahreza, ibal septian, luthfi habibi, everly efly, dio tanjung, rahendra salam gayo, wina fatmala, wulan widodo, indah utamy, yang selalu memberikanku motivasi dalam mengerjakan segala hal mulai dari urusan pribadi dan urusan perkuliahan sampai dengan pengerjaan skripsi.

11. Kepada abang dan kakak Sunlight bang bobby, bang iir, Hasan, kak lita, kak dewi, mbak indri yang selalu membawa kegembiraan di waktu luangku.
12. Kepada teman-temanku masdan, binuril, ryan, aryak, sella, immas yang juga sama-sama membantu menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu secara langsung maupun tidak langsung yang memberikan bantuandan dukungan dalam penyelesaian dan penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT, serta tidak lupa penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan yang ada selama penulis duduk diperkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi ini dan semoga kita semua akan menjadimanusia yang lebih baik kedepannya. Amin

Medan, oktober 2017

Erwinda Pratiwi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	9
A. Komunikasi	7
B. Pengertian komunikasi.....	7
C. Komunikasi instrumental.....	8
D. Proses komunikasi	11
E. Unsur unsur komunikasi	15
F. Fungsi Komunikasi.....	17
G. Fungsi fungsi dasar komunikasi	25
H. Komunikasi dalam organisasi	26
I. Peran komunikasi dalam manajemen organisasi	28

J. Fungsi komunikasi dalam organisasi.....	29
K. Pimpinan	32
L. Karyawan	32
M. Kinerja karyawan	32
N. Produktivitas kerja	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis penelitian	25
B.kerangka konsep.....	25
C.Definisi konsep	25
D. Kategorisasi	26
E.Narasumber	27
F.Teknik pengumpulan data.....	28
G. Teknik analisis data	29
H. Lokasi dan waktu penelitian	31
I. Deskriptif lokasi penelitian.....	31
J. Visi dan Misi	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitan.....	37
B. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Sumber lain :

<http://www.socfindo.co.id/>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis semakin pesat membuat kencangnya laju globalisasi. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan harus memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif, respon yang cepat dan fleksibel, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain khususnya dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis. Dimana setiap perusahaan terus berusaha mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan.

Saat ini perusahaan semakin berorientasi pada masyarakat luas, untuk itu diperlukan strategi yang tepat, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk sumber daya manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, selain itu perusahaan sangat penting untuk memberikan kondisi lingkungan yang membuat karyawan nyaman saat bekerja sehingga dapat menciptakan kelompok kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya akan membentuk sikap perilaku karyawan atau anggota sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai.

Salah satu pilar pembangunan perekonomian di Indonesia yang dapat diharapkan untuk membantu terwujudnya kesejahteraan rakyat adalah perusahaan. Semakin banyak kebutuhan masyarakat, semakin banyak pula yang harus dipenuhi dari kebutuhan masyarakat tersebut. Seperti bahan baku atau bahan yang belum jadi, oleh karena itu banyak muncul perusahaan yang bergerak dibidang

penyediaan bahan mentah tersebut, salah satu perusahaan yang bergerak dibidang tersebut ialah PT.Socfin Indonesia (Socfindo).

Di Medan saat ini, tidak sedikit pesaing – pesaing yang muncul di bidang yang sama dan memiliki dengan kekhasan jenis layanan, bahkan ditunjang pula dengan kelengkapan fasilitas pemberian layanan jasa lainnya. Hal ini terjadi karena setiap perusahaan terus berusaha untuk mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan, sehingga penerapan strategi tertentu harus dilakukan untuk mempertahankan kondisi perusahaan.

Komunikasi merupakan sarana untuk mengadakan koordinasi antara berbagai subsistem dalam perkantoran. Menurut Kohler (*dalam Laksana, 2008: 85*) ada dua model komunikasi dalam rangka meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan perkantoran ini. Pertama, komunikasi koordinatif, yaitu proses komunikasi yang berfungsi untuk menyatukan bagian-bagian (subsistem) perkantoran. Kedua, komunikasi interaktif, ialah proses pertukaran informasi yang berjalan secara berkesinambungan, pertukaran pendapat dan sikap yang dipakai sebagai dasar penyesuaian di antara sub-sub sistem dalam perkantoran, maupun antara perkantoran dengan mitra kerja. Frekuensi dan intensitas komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut.

PT Socfin Indonesia (Socfindo) adalah perusahaan agribisnis yang bergerak di perkebunan kelapa sawit dan karet serta produsen benih unggul kelapa sawit yang sudah teruji dan terbukti tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia internasional.

Badan usaha PT Socfin Indonesia adalah hasil dari perjanjian kemitraan *joint-venture* antara Plantation Nord-Sumatera SA (anak perusahaan Socfin SA) dengan Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1968 sebagai kelanjutan dari Socfin SA Medan (*Société Financière des Caoutchoucs Medan SA*) perusahaan milik Belgia yang dibentuk pada tahun 1930 di Medan. Adrien Hallet sebagai pendiri Socfin telah memulai perkebunan komersil karet di Indonesia sejak 1909 dan perkebunan kelapa sawit sejak tahun 1911 di Sei Liput / Medang Ara yang terletak di Aceh Timur, Deli Muda dan Tanah Itam Ulu di Sumatera Utara. Bahkan tidak hanya mengembangkan kebun kelapa sawit komersil, Adrien Hallet juga telah mengembangkan benih kelapa sawit sejak tahun 1913.

Kini, setelah lebih dari 100 tahun perjalanannya, Socfindo telah berkembang menjadi penghasil benih kelapa sawit unggul yang memiliki kontribusi sangat luas pada dunia perkelapasawitan di Indonesia dan dunia internasional. Saat ini, Socfindo telah memasarkan benih unggul DxP Socfindo lebih dari 550 juta butir yang telah ditanam lebih dari 2,8 juta hektar lahan perkebunan di Indonesia dan di mancanegara. Selain menghasilkan benih unggul DxP Lame dan Yangambi, Socfindo sejak tahun 2013 telah berhasil menemukan benih kelapa sawit dengan sifat moderat tahan ganoderma yakni DxP MT Gano. Benih yang telah dirilis sejak Agustus 2013 ini diharapkan dapat memberi manfaat yang nyata bagi pekebunan kelapa sawit di Indonesia yang mengalami masalah dengan penyakit jamur *Ganoderma sp.* penyakit yang menimbulkan kerugian besar bagi pebisnis kelapa sawit.

Socfindo saat ini mengelola sekitar 48 ribu hektar areal perkebunan yang terdiri dari kelapa sawit dan karet. Terdapat 9 perkebunan kelapa sawit yang tersebar di Provinsi Aceh dan Sumatera Utara, dan 5 perkebunan karet yang tersebar di Sumatera Utara.

Komunikasi Instrumental menurut Mulyana (2001) adalah komunikasi yang berfungsi untuk memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) dan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta dan informasi yang disampaikan adalah akurat dan layak untuk diketahui. Dengan demikian fungsi komunikasi instrumental bertujuan untuk mengajar, menginformasikan, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan, yaitu “Bagaimana komunikasi instrumental: ”antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja PT. Socfindo, Medan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan upaya peneliti untuk mengungkapkan keinginannya memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian yang diajukannya (Irwandy 2013:37). Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut “Untuk mengetahui komunikasi instrumental antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja”.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritik, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai komunikasi mengetahui komunikasi instrumental antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan serta wawasan mengetahui komunikasi instrumental antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja.

E. Sistematika Penulisan

Untuk membahas penelitian yang ada, maka sistematika penulisan yang menjadi isi penelitian ini dapat dibagi menjadi :

- BAB I : Pendahuluan , berisikan tentang :Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan masalah serta Tujuan dan Manfaat Penelitian.
- BAB II : Uraian Teoritis, berisikan tentang : teori Komunikasi, komunikasi instrumental, komunikasi organisasi,komunikasi dalam organisasi, pimpinan, karyawan,kinerja karyawan, produktivitas kerja.
- BAB III : Metode Penelitian, berisikan tentang : Jenis Penelitian Kerangka Konsep Definisi Konsep , Kategorisasi, Narasumber, Teknik Pengumpul Data, Teknik Analisis Data, serta Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB IV : Hasil penelitian, berisikan tentang :Ilustrasi Penelitian, Analisis Data, dan Pembahasan.

BAB V : Penutup, berisikan tentang : Kesimpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Berdasarkan masalah yang akan dikaji, dalam suatu penelitian diperlukan suatu keterangan penjelasan untuk menegaskan bahwasanya masalah ini benar adanya, maka di kemukakan teori. Teori ini di kemukakan sebagai landasan berfikir untuk memberikan solusi dari masalah yang ada dalam suatu penelitian.

1. Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat dilepaskan dari dunia komunikasi, mulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali. Sebelum berangkat kerja atau sekolah, berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan, seperti mendengarkan radio atau musik, menonton acara televisi, membaca koran, tabloid, atau majalah, atau bercengkrama dengan anggota keluarga (Purwanto, 2006: 3). Komunikasi memiliki variasi definisi yang tak terhingga seperti salingberbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra, dan masih banyak lagi (Fiske, 2012: 1).

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak yang lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berpikir dengan cara yang baru (Bovee, 2002 :16). Komunikasi termasuk struktur yang dilewati pesan dan cara informasi disajikan, di samping isi pesan itu sendiri. Baik, berbicara atau menulis, mendengarkan atau membaca, komunikasi tidak hanya berupa satu tindakan.

b. Pengertian komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama.

Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan

kekayaan. Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Misal pendapat Onong Effendy (1994), ia berpendapat fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Sedangkan Harold D Lasswell (dalam Nurudin, 2004 dan Effendy, 1994:27) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjajagan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the information*) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya .
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

Komunikasi adalah proses transaksi dua arah, yang dinamis dan dapat dipecah menjadi enam fapse (Bovee, 2002:16) yaitu:

- 1) Pengirim mempunyai gagasan. Anda memikirkan suatu gagasan dan ingin mengungkapkannya.
- 2) Pengirim mengubah gagasan menjadi pesan. Ketika Anda mengubah gagasan menjadi pesan yang akan dipahami oleh penerima, Anda menyandikan, memutuskan bentuk pesan (kata, ekspresi wajah, gerakan badan), panjang, organisasi, nada, dan gaya, semuanya bergantung pada gagasan, penerima, dan gaya pribadi serta suasana hati Anda.
- 3) Pengirim mengirimkan pesan. Untuk mengirimkan secara fisik pesan Anda kepada penerima, Anda memilih saluran komunikasi (verbal atau non verbal),

lisan atau tertulis, dan medium (telepon, komputer, surat, memo, laporan, pembicaraan tatap muka dan seterusnya). Saluran dan medium yang anda pilih bergantung pesan anda, lokasi penerima,keperluan akan kecepatan, dan formalitas situasi.

- 4) Penerima menerima pesan. Agar komunikasi berlangsung, penerima anda harus menerima pesan terlebih dahulu. Bila anda mengirimkan surat, penerima harus membaca surat tersebut sebelum memahaminya. Bila anda menyampaikan pidato, orang yang menjadi pendengar harus mampu mendengarkan, dan mereka harus memusatkan perhatian.
- 5) Penerima menginterpretasikan pesan. Penerima pesan harus bekerja sama dengan mengartikan pesan, menyerap dan memahaminya. Kemudian pesan yang diartikan harus disimpan dalam pikiran penerima. Bila semuanya berlangsung dengan baik, pesan diinterpretasikan dengan tepat artinya penerima memberikan arti dasar yang sama kepada kata-kata seperti yang anda maksudkan dan menanggapi dengan cara yang diinginkan.
- 6) Penerima bereaksi dan mengirimkan umpan balik adalah tanggapan dari penerima pesan anda, hubungan akhir dalam rantai komunikasi. Setelah mendapat pesan, penerima menanggapi dengan suatu cara mengirimkan sinyal yang menjawab anda. Umpan balik merupakan elemen kunci dalam proses komunikasi karena itu memungkinkan anda mengevaluasi efektivitas pesan anda. Anda dapat mengetahui bila penerima tidak memahami yang anda maksud lewat respon yang diberikannya dan anda perlu memperbaikinya.

c. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan langkah-langkah pertukaran informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media dalam usaha pencapaian pengertian. Langkah – langkah proses komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikator memiliki gagasan atau pesan/informasi yang ingin disampaikan kepada komunikan.
2. Komunikator membuat atau menyusun sandi sandi (*encoding*) untuk menyampaikan maksud, baik dalam bentuk kata-kata atau lambang (gambar, warna, bahasa sandi, tulisan, dan lain-lain) sebagai pesan.
 - 1) Perkataan dan lambang-lambang (pesan) tersebut disalurkan melalui media.
 - 2) Komunikan menguraikan/ mentafsirkan pesan (*decoding*) yang dikirimkan oleh komunikator sehingga mempunyai makna/arti.
 - 3) Komunikan memberi tanggapan (*feedback*) terhadap informasi yang diberikan oleh komunikator, sehingga komunikator dapat menganalisis apakah pesan yang disampaikan sesuai atau tidak dengan apa yang dimaksudkannya, karena dalam proses komunikasi dapat saja terjadi hambatan-hambatan.

Pengertian komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah (*one way communication*) Curtis, James, dan Winsor (2004:30) menyatakan komunikasi satu arah di sebut juga komunikasi intrapersona (intrapersonal) yaitu komunikasi yang mengacu pada pesan-pesan yang di

kiriman oleh orang-orang secara intern (pemikiran) yang sering kali berhubungan dengan diri sendiri (evaluasi diri). Effendy (2003 : 57) menyatakan komunikasi intra pribadi (intra personal communication) adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berdialog dengan dirinya sendiri dan juga bertanya kepada dirinya sendiri kemudian menjawabnya sendiri.

Komunikasi satu arah merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja, yaitu hanya dari pihak komunikator dengan tidak memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon atau tanggapan.

Berdasarkan penjelasan di atas saya dapat menyimpulkan bahwa komunikasi intra pribadi bisa disebut juga sebagai komunikasi satu arah karena komunikasi intra pribadi ini hanya komunikasi yang terjadi antar pribadi/individu itu sendiri.

Kelebihan komunikasi satu arah yaitu:

1. Lebih cepat dan efisien.
2. Dalam hal-hal tertentu dapat memberikan kepuasan kepada komunikator, karena pihak komunikan tidak mempunyai kesempatan memberikan respons atau tanggapan terhadap hal-hal yang disampaikan oleh komunikator.
3. Dapat membawa wibawa komunikator (pimpinan), karena komunikasi tidak dapat mengetahui secara langsung atau menilai kesalahan dan kelemahan komunikator.

4. Suasana pada saat menyampaikan pesan atau informasi lebih tenang dan teratur.
5. Yang berbicara hanya ada satu orang sehingga penerima pesan atau penyimak lebih mudah mencerna dan memahami pesan yang disampaikan.
6. Dapat mempengaruhi orang lain melalui pesan yang disampaikan atau informasi yang disampaikan
7. Pembicara bebas menyampaikan apa yang ingin disampaikan.
8. Pesan yang disampaikan pembicara lebih fakta dan dapat dipercaya.

Kelemahan komunikasi satu arah yaitu:

1. Tidak memberikan kepuasan kepada komunikan, karena komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan respons atau tanggapan.
2. Memberikan kesan otoriter.
3. Dapat menimbulkan kesalah pahaman dan ketidak jelasan, sehingga muncul prasangka yang tidak baik.
4. Penyimak bisa saja memahami apa yang disampaikan pembicara karena penyimak tidak boleh merespon atau memberikan tanggapannya kepada pembicara, sehingga pembicara tidak mengetahui apakah semua penerima pesan atau penyimak memahami seluruh isi pesan yang disampaikan pembicara atau tidak memahami, jadi walaupun penerima pesan mau memberikan tanggapan cukup kepada diri sendiri.
5. Terkadang penyimak tidak peduli akan apa yang disampaikan pembicara karena penerima pesan merasa bosan.

1. Komunikasi dua arah (*two ways communication*)

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan. Komunikasi dua arah dapat terjadi secara vertical, horizontal, dan diagonal.

- 1) Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang alirannya berlangsung dari atas ke bawah atau sebaliknya. Dalam suatu perusahaan, komunikasi vertikal yang terjadi adalah komunikasi yang berlangsung antara manajemen tingkat atas, menengah, hingga ketingkat karyawan\
- 2) Komunikasi horizontal yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang mempunyai tingkat, kedudukan, dan wewenang yang sama.
- 3) Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang tingkat, kedudukan, serta wewenangnya berbeda.

Contohnya: komunikasi antara kepala sekolah dengan kepala bagian.

Perbedaan antara komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah :Komunikasi satu arah terjadi ketika seorang pengirim pesan kepada orang lain, sedangkan penerima pesan tidak menanggapi pesan tersebut atau komunikasi satu arah merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja, yaitu hanya dari pihak komunikator dengan tidak memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon atau tanggapan.

Sedangkan komunikasi dua arah komunikasi yang terjadi ketika seseorang mengirim pesan, mengeluarkan ide, gagasan, pendapat dan penerima pesan

(pendengar) menanggapi isi pesan atau komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan.

d. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku, baik secara langsung maupun lisan (Effendy, 2003; 79). Adapun unsur komunikasi tersebut ialah:

1) Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu atau dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

2) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3) Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribai pancaindra dianggap

sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

4) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah. Seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

5) Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

6) Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7) Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

e. Fungsi Komunikasi

William I. Gordon (dalam Deddy Mulyana, 2005:5-30) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, negara secara keseluruhan untuk mencapai tujuan bersama.

a) Pembentukan konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Anda mencintai diri anda bila anda telah dicintai; anda berpikir anda cerdas bila orang-orang sekitar anda menganggap anda cerdas; anda merasa tampan atau cantik bila orang-orang

sekitar anda juga mengatakan demikian. George Herbert Mead (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Ketika kita masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita.

Richard Dewey dan W.J. Humber (1966) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat apa yang disebut dengan *reference group* (kelompok rujukan) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan melihat ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya. Kalau anda memilih kelompok rujukan anda Ikatan Dokter Indonesia, anda menjadikan norma-norma dalam Ikatan ini sebagai ukuran perilaku anda. Anda juga merasa diri sebagai bagian dari kelompok ini, lengkap dengan sifat-sifat dokter menurut persepsi anda.

b) Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

c) Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain.

Abraham Maslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan. Kita mungkin sudah mampu kebutuhan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Kini kita ingin memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan ketiga dan keempat khususnya meliputi keinginan untuk memperoleh rasa lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi dan menerima persahabatan. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan

nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

3. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk

menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan, Effendy (2006:8).

1) Komunikasi organisasi

komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi, bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi. Bila organisasi dianggap suatu struktur yang telah ada sebelumnya, maka komunikasi dapat dianggap sebagai suatu substansi nyata yang mengalir ke atas, ke bawah, dan kesamping dalam suatu wadah. Dalam pandangan itu, komunikasi berfungsi mencapai tujuan dari sistem organisasi, mendukung struktur organisasi dan adaptasi dengan lingkungan. (Sutrisno, 2010:48). Pada dasarnya komunikasi dalam organisasi menghubungkan individu maupun kelompok-kelompok (satuan) kerja ke dalam sebuah sistem tertentu. Di antara individu maupun kelompok-kelompok (satuan) kerja tersebut saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi berbeda dalam besar

dan strukturnya. Banyak faktor yang yang mempengaruhi hakikat dan luasnya jaringan komunikasi, di antaranya hubungan dalam organisasi, arah dari arus pesan, dan isi dari pesan.

(Muhammad, 2009:102) Secara umum, jaringan komunikasi ini dapat dibedakan atas dua bagian yaitu jaringan komunikasi formal dan jaringan komunikasi informal. Menurut Thoha, jaringan komunikasi formal merupakan proses komunikasi yang mengikuti jalur hubungan formal yang tergambar dalam susunan atau struktur organisasi (dalam Masmuh, 2010:14-15). Komunikasi formal ini terjadi di antara karyawan melalui garis kewenangan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Dari kewenangan ini merupakan sistem urat-syaraf yang menyediakan saluran-saluran dimana prosedur kerja, instruksi, gagasan, dan umpan balik mengenai pelaksanaan pekerjaan bawahan disampaikan ke bawah dari pimpinan yang lebih tinggi ke karyawan bawahannya. Menurut Muhammad (2009:108).

Apabila dalam jaringan komunikasi formal berlangsung dengan baik di antara pihak-pihak yang berkepentingan, maka akan berpengaruh besar dalam menjembatani terciptanya peningkatan produktivitas kerja karyawan di dalam organisasi tersebut. Akan tetapi, sering kali di dalam komunikasi formal, baik secara *downward communication*, *upward communication*, dan horizontal sering menyebabkan ketidakpuasan anggota terhadap informasi yang diperlukan. Dan hal ini akan menyebabkan komunikasi dua arah (*two way communication*) menjadi terhambat dan dirasakan tidak harmonis.

ketidakharmonisan komunikasi ini, dapat menimbulkan implikasi yang kurang baik. Padahal dalam mencapai tujuan sebuah organisasi yang sudah direncanakan sangat ditentukan oleh produktivitas karyawannya. Dalam situasi yang demikian, biasanya akan timbul komunikasi informal yaitu komunikasi yang terjadi diantara para anggota organisasi atas dasar kehendak pribadi, tanpa memperhatikan posisi/kedudukan mereka dalam organisasi. Komunikasi informal ini disebut juga dengan grapevine (desas desus). Biasanya cenderung berisi laporan rahasia mengenai orang atau kejadian-kejadian di luar dari arus informasi yang mengalir secara resmi. Walaupun informasinya bersifat informal, grapevine ini bermanfaat bagi organisasi.

Bagi pimpinan dapat menjadi masukan tentang perasaan karyawannya, sedangkan bagi sesama karyawan komunikasi informal ini bisa menjadi saluran emosi mereka (Muhammad, 2009:124-125). Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada jaringan komunikasi formal. Dikarenakan jaringan komunikasi formal lebih dapat dikendalikan oleh manajemen dan jaringan kerjanya relatif lebih dapat diidentifikasi tanpa mengabaikan peranan penting jaringan komunikasi informal. Sebuah organisasi berusaha untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan di dalam mencapai suatu keberhasilan dan memperoleh keuntungan yang maksimal.

(a) Bentuk Organisasi Jalur, Fungsional dan Staff

Bentuk Organisasi Jalur, Fungsional dan Staff adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu, pimpinan tiap bidang berhak

memerintah kepada semua pelaksana yang ada sepanjang menyangkut bidang kerjanya, dan tiap-tiap pelaksana ke bawah memiliki wewenang dalam semua bidang kerja, dan di bawah pucuk pimpinan atau pimpinan satuan diangkat pejabat yang tidak memiliki wewenang komando tetapi hanya dapat memberikan nasihat tentang bidang keahlian tertentu, (Sutarto 2002: 201-202).

f. Fungsi-fungsi Dasar Komunikasi

a. Pendidikan dan Pengajaran

Fungsi pendidikan dan pengajaran sebenarnya sudah dikenal sejak awal kehidupan manusia, kedua fungsi di mulai dari dalam rumah, misalnya pendidikan nilai dan norma budaya, budi pekerti, dan sopan santun (fungsi pengajaran) oleh orang tua dan anggota keluarga lain. Pendidikan dan pengajaran dilaksanakan melalui pendidikan formal di sekolah dan pendidikan informal/nonformal dalam masyarakat. Komunikasi menjadi sarana penyediaan pengetahuan, keahlian, dan keterampilan untuk mempelancar peranan manusia dan memberikan peluang bagi orang lain untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

b. Informasi

Kualitas kehidupan akan menjadi miskin apabila tanpa informasi. Setiap orang dan sekelompok orang membutuhkan informasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan dan tertulis melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi, dan komunikasi melalui media massa. Mereka memiliki kekayaan informasi akan menjadi tempat bertanya bagi orang lain di sekitarnya. Ada pepatah mengatakan bahwa siapa yang

menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia dan komunikasi menyediakan tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya.

c. Persuasi

Persuasi mendorong kita untuk terus berkomunikasi dalam rangka pernyataan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan kepuasan personal maupun kelompok atau organisasi. Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang *persuader* terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

g. Komunikasi dalam Organisasi

Menurut (*Pace dan Faules, 2001:31-33*), mereka berpendapat bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku pengatur organisasi yang terjadi diantara orang-orang dalam organisasi. Dan juga bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Sementara itu, menurut *Arnold & Feldman (1986: 154)* komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi diantara orang-orang di dalam organisasi, dimana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan: attention, comprehension, acceptance as true, dan retention. Begitu pula dalam sebuah organisasi, proses komunikasi yang terjalin terbagi atas :

1) Komunikasi ke Bawah

Doris Kearns menyatakan, komunikasi ini mengarah ke bawah, dari individu di tingkat yang lebih tinggi dalam hierarki ke mereka yang berada di tingkat lebih rendah. Bentuk paling umum dari komunikasi ke bawah adalah

instruksi kerja, memo resmi, pernyataan kebijakan perusahaan, prosedur, manual kerja, atau publikasi perusahaan.

2) Komunikasi ke Atas

Menurut John Van Beveren (Invancevich,2007: 121-122) menyatakan, sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi ke atas sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi-situasi semacam ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberiann saran, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul, orang sering kali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komunikasi ke atas yang tidak formal.

3) Komunikasi Horizontal

Sering kali diabaikan dalam desain kebanyakan organisasi adalah tersedianya komunikasi horizontal. Ketika seorang pemimpin utama dalam departemen akuntansi berkomunikasi dengan pemimpin utama departemen pemasaran menyangkut sebuah perkuliahan yang ditawarkan dalam sebuah sekolah tinggi administrasi niaga, komunikasi yang terjadi bersifat horizontal. Walaupun aliran komunikasi vertikal merupakan hal-hal utama yang dipertimbangkan dalam merancang sebuah organisasi, organisasi yang efektif memerlukan juga komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal diperlukan demi terjadinya koordinasi dan integrasi dari berbagai fungsi organisasi yang beragam.

4) Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal penting dalam situasi-situasi di mana para anggotanya tidak dapat berkomunikasi dengan efektif melalui jalur-jalur komunikasi konvensional, Inancevich, dkk (2007: 121-122).

h. Peran komunikasi dalam manajemen organisasi

Komunikasi dalam organisasi adalah komunikasi di suatu organisasi yang dilakukan pimpinan, baik dengan para karyawan maupun dengan khalayak yang ada kaitannya dengan organisasi, dalam rangka pembinaan kerja sama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi (Effendy, 1989: 214). Manajemen sering mempunyai masalah tidak efektifnya komunikasi. Padahal komunikasi yang efektif sangat penting bagi para manajer, paling tidak ada dua alasan, pertama, komunikasi adalah proses melalui mana fungsi-fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dapat dicapai; kedua, komunikasi adalah kegiatan dimana para manajer mencurahkan sebagian besar proporsi waktu mereka. Proses Komunikasi memungkinkan manajer untuk melaksanakan tugas-tugas mereka. Informasi harus dikomunikasikan kepada stafnya agar mereka mempunyai dasar perencanaan, agar rencana-rencana itu dapat dilaksanakan.

Pengorganisasian memerlukan komunikasi dengan bawahan tentang penugasan mereka. Pengarahan mengharuskan manajer untuk berkomunikasi dengan bawahannya agar tujuan kelompok dapat tercapai. Jadi seorang manajer akan dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen melalui interaksi dan komunikasi dengan pihak lain. Sebagian besar waktu seorang manajer

dihabiskan untuk kegiatan komunikasi, baik tatap muka atau melalui media seperti Telephone, Hand Phone dengan bawahan, staf, langganan dsb. Manajer melakukan komunikasi tertulis seperti pembuatan memo, surat dan laporan-laporan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

i. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu:

a) Fungsi informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota

organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya.

b) Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini, yaitu:

Atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Disamping itu mereka juga mempunyai kewenangan untuk memberikan instruksi atau perintah, sehingga dalam struktur organisasi kemungkinan mereka ditempatkan pada lapis atas (*position of authority*) supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. Namun demikian, sikap bawahan untuk menjalankan perintah banyak bergantung pada:

1. Keabsahan pimpinan dalam menyampaikan perintah.
2. Kekuatan pimpinan dalam memberi sanksi.
3. Kepercayaan bawahan terhadap atasan sebagai seorang pemimpin sekaligus sebagai pribadi.
4. Tingkat kredibilitas pesan yang diterima bawahan.

5. Berkaitan dengan pesan atau message. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan-peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

1. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

2. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*newsletter, buletin*) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi. (Susatyo 2013).

3. Pimpinan

Pimpinan adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya kecakapan dan kelebihan disatu bidang, sehingga dia mampu

mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu, demi pencapaian satu atau beberapa tujuan. (Kartini Kartono 1994:33).

4. Karyawan

Karyawan dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia diartikan orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji (upah), pegawai, buruh, pekerja.

Jika diartikan secara sederhana, karyawan merupakan setiap penduduk yang masuk ke dalam usia kerja (berusia di rentang 15 hingga 64 tahun), atau jumlah total seluruh penduduk yang ada pada sebuah negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan akan tenaga yang mereka produksi, dan jika mereka mau berkecimpung / berpartisipasi dalam aktivitas itu. (Subri 2002)

5. Kinerja karyawan

Kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan performance sebagai kata benda (noun di mana salah satu entrinya adalah hasil dari sesuatu pekerjaan (*thing done*), pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral atau etika (Rivai, 2005:15-17).

6. Produktivitas kerja

Produktivitas kerja adalah kemampuan karyawan dalam memproduksi dibandingkan dengan input yang digunakan yang digunakan seorang karyawan dapat dikatakan produktif apabila mampu menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan diharapkan dalam waktu yang singkat dan tepat. Untuk dapat mengerti arti sesungguhnya akan produktifitas kerja perlu kita cermati terlebih dahulu tentang produktifitas dan pengertian kerja itu sendiri. Secara umum, produktifitas mengandung pengertian perbandingan, antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dipergunakan untuk mencapai hasil tersebut. Dengan kata lain, produktifitas adalah perbandingan antara keluaran dan masukan.

Masalah produktivitas kerja merupakan salah satu aspek penting yang menjadi perhatian utama sebagian besar organisasi/perusahaan. Produktivitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas sebuah organisasi. Produktivitas adalah hasil perkalian antara efisiensi dan efektivitas ($\text{produktivitas} = \text{efisiensi} + \text{efektivitas}$). Efisiensi menggambarkan bagaimana kita mencampur berbagai sumberdaya yang dimiliki secara tepat dan benar/*how do we mix various resources properly*, sedangkan efektivitas menggambarkan sejauhmana kita mencapai *goal/how far we achieve the goal*. Efisiensi dan efektivitas yang tinggi akan menghasilkan produktivitas yang tinggi pula. Pendapat lain menyatakan bahwa produktivitas merupakan fungsi dari efisiensi dan efektivitas, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Atmosoepipto, 2001):

$$P = f(E, I)$$

P = Produktivitas

E = Efektivitas pencapaian *goal*

I = Efisiensi penggunaan *input*.

Efisiensi dan efektivitas yang tinggi cenderung akan menghasilkan produktivitas yang tinggi pula. Sebaliknya apabila terjadi efisiensi dan efektivitas yang rendah kemungkinan ada kesalahan dalam pengelolaan organisasi, sehingga perlu dicari penyebab dan solusinya. Apabila efektivitas tinggi dan efisiensi rendah kemungkinan terjadi pemborosan, sebaliknya apabila terjadi efisiensi tinggi dan efektivitas rendah kemungkinan *goal* tidak akan tercapai. Oleh sebab itu organisasi atau perusahaan perlu memperbaiki produktivitas kerja para karyawannya.

Perbaikan produktivitas akan berdampak pada pelayanan yang semakin responsif, meningkatkan *cash flow*, memperluas pengembangan usaha, dan meningkatkan laba. Perbaikan produktivitas juga memungkinkan organisasi semakin kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut “*the national center productivity and quality of working life*” yang dikutip oleh Atmosoeparto (2001), perbaikan produktivitas membutuhkan:

- (a) dukungan dari manajemen puncak;
- (b) pengakuan dari peran kunci karyawan;
- (c) pengertian dari semua jenjang dalam organisasi akan maksud dan tujuan perbaikan produktivitas;
- (d) mengembangkan sasaran dan tolok ukur untuk mengetahui pencapaian sasaran/*goal*;
- (e) perbaikan dalam *productivity sought* tanpa mengganggu kerja.

Menurut pandangan filosofis, produktivitas kerja dapat didefinisikan sebagai suatu pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk

meningkatkan kualitas kehidupan, dengan semboyan “mutu kehidupan hari ini harus lebih baik daripada kemarin, dan hari esok harus lebih baik daripada hari ini”. Pandangan dan sikap mental tersebut diharapkan dapat memberikan motivasi bagi karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerjanya.

Menurut Hasibuan (1996:126) Produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika Produktivitas naik ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi (waktu-bahan-tenaga) dan sistem kerja, teknik produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya.

BAB III

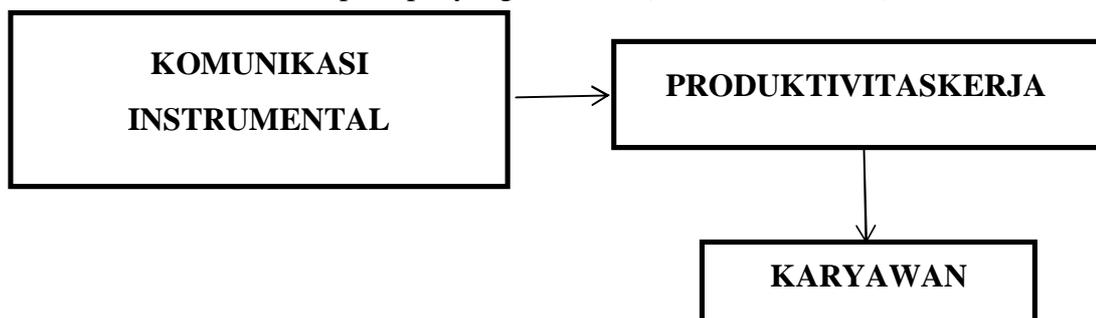
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor (Gunawan,2013:87) penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Penulis segera melakukan analisis data dengan memeriksa informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka). Hasil analisis data berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti yang disajikan dalam bentuk uraian naratif.

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43).



C. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Adapun definisi konsep dari penelitian adalah:

- a. Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak yang lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berpikir dengan cara yang baru
- b. Komunikasi instrumental adalah menginformasikan, mengejar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.
- c. Produktivitas kerja adalah kemampuan karyawan dalam memproduksi dibandingkan dengan input yang digunakan seorang karyawan dapat dikatakan produktif apabila mampu menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan diharapkan dalam waktu singkat dan tepat.
- d. Karyawan adalah orang yang memberikan jasa kepada perusahaan atau organisasi yang membutuhkan jasa tenaga kerja, yang mana dari jasa tersebut, karyawan akan mendapatkan balas jasa berupa gaji dan kompensasi-kompensasi lainnya.

D. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas pikiran, situasi dan kriteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut.

KONSEP	KATEGORISASI
KOMUNIKASI INSTRUMENTAL ANTARA PIMPINAN DAN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA Di PT. Socfindo, Medan	<ol style="list-style-type: none"> a. Komunikasi instrumental adalah menginformasikan, mengejar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. b. Kepemimpinan adalah jabatan atau posisi seseorang di dalam sebuah organisasi baik organisasi formal maupun organisasi non formal. c. Produktivitas kerja adalah kemampuan karyawan dalam memproduksi dibandingkan dengan input yang digunakan seorang karyawan dapat dikatakan produktif apabila mampu menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan diharapkan dalam waktu singkat dan tepat

E. Narasumber

Narasumber adalah orang yang memiliki dan dapat memberikan informasi atau pengetahuan lebih dari orang lain berkaitan dengan objek yang sedang diteliti. Narasumber penelitian ini adalah :

- a. Pimpinan PT. Socfindo, terdiri dari dua orang.
- b. Karyawan PT. Socfindo, terdiri dari dua orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian deskriptif kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data, yaitu :

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya, (Sugiyono 2010: 224).

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, (Ardial 2014: 359). Data primer dapat diperoleh melalui:

1) Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. ketika seseorang pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban-jawaban yang relevan dengan masalah penelitian, kepada seseorang yang diwawancarai, atau responden.

2) Dokumenter

Metode dokumenter merupakan pengumpulan data melalui dokumen dan arsip-arsip yang tersedia. Alat pengumpulan datanya disebut dengan form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia, (Huri, 2006:12).

a. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi lebih informasi bagi pihak lain. Data sekunder digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut, Ardial (2014:360).

G. Teknik Analisis Data

Dalam membahas tentang analisis data dalam penelitian kualitatif, para ahli memiliki pendapat yang berbeda. Huberman dan Miles mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu:

a. Tahap Pengumpulan data

Dalam proses analisis data interaktif ini kegiatan yang pertama adalah proses pengumpulan data. Harap diingat bahwa kebanyakan data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, fenomena, foto, sikap, dan perilaku keseharian yang diperoleh peneliti dari hasil observasi mereka dengan menggunakan beberapa teknik seperti observasi, wawancara, dokumentasi dan dengan menggunakan alat bantu yang berupa kamera, video tape.

b. Tahap Reduksi Data

Reduksi dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung. Tentu saja proses reduksi data ini tidak harus menunggu hingga data terkumpul banyak. Konsep ini berbeda dengan model kuantitatif yang mengharuskan peneliti menunggu data terkumpul semuanya dahulu baru melaksanakan analisis.

c. *Display Data*

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan

informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya apakah peneliti meneruskan analisisnya atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan tersebut.

d. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman peneliti dan interpretasi yang dibuatnya, (Idrus 2009: 147-151)

H. Lokasi dan Waktu Penelitian

Suatu penelitian sudah jelas harus memiliki lokasi penelitian yang nyata dan jelas, yang berfungsi untuk menghindari kekeliruan dan manipulasi suatu data hasil penelitian tersebut. Lokasi penelitian merupakan tempat untuk meneliti dan mencari data yang akan dikumpulkan yang berguna untuk penelitian.

Lokasi penelitian ini berlokasi di PT. Socfindo, Jl K.L Yos sudarso No. 106 Medan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Agustus 2017 hingga Oktober 2017.

I. Deskripsi lokasi penelitian

Diawali pada tahun 1909, *societe financiere des Caouchous Medan Societe Anonyme (socfin)* didirikan oleh M. Bunge. Pada saat yang bersamaan juga, Adrian Hallet mendirikan *Plantation Fauconnier & posth* bersama Henry Fauconnier. Sementara itu, aktivitas pembukuan dan pembangunan perkebunan PT. Socfin Indonesia pertama sekali sudah dimulai pada tahun 1906 di kebun sei

liput, aceh timur, propinsi nangroe aceh darussalam (sekarang). Pada tanggal 7 desember 1930, berdasarkan akta notaris William Leo No.45, nama dan legalitas PT. Socfin Medan S.A. (Societe Financiere des caoutchoucs Medan Societe Anonyme) resmi digunakan. Berdasarkan akta notaris tersebut, PT. Socfin Medan S.A. berkedudukan di medan dan mengelola perkebunan di daerah Sumatera Timur, Aceh Barat, Aceh Selatan dan Aceh Timur.

Perkembangan selanjutnya, berdasarkan penetapan presiden No.6 tahun 1965, keputusan kabinet Dwikora No. A/D/58/1965, No.SK.100/Men.Perk/ 1965, Menyatakan bahwa perusahaan perkebunan yang dikelola oleh PT. Socfin Medan S.A diletakan dibawah pengawasan pemerintah, kemudian pada tahun 1966 diadakan serah terima hak milik perusahaan kepada pemerintah indonesia atas dasar penjualan perkebunan dan harta PT. Socfin Medan S.A.

Pada tahun 1968, tepatnya tanggal 29 April 1968 dicapai kesepakatan antara pemerintah R.I. dengan pemilik saham PT. Socfin Medan S.A, diperkuat dengan surat keputusan presiden R.I. NoB.68/PRES/6/1968 tanggal 13 juni 1968 dan surat keputusan Menteri pertanian No. 94/Kpts/Op/6/1968 tanggal 17 juni 1968 yaang berisikan patungan antara pemerintah R.I. dengan perusahaan asal belgia yaitu plantation Nord Sumatera Belgia S.A. (PNS) dimana komposisi permodalan 40% pemerintah Republik Indonesia dan 60% PNS.

PNS Kemudian memberi nama PT.Socfin Indonesia (SOCFINDO), didirikan melalui akte Notaris Chairil Bahri di Jakarta pada tanggal 21 Juni 1968 No.23 dan Akte perubahan No. 64 tanggal 12 Mei 1968. Disahkan oleh menteri

kehakiman pada tanggal 3 September 1969 dan diumumkan dalam tambahan berita negara R.I. No. 68/69 tanggal 31 Oktober 1969.

Sesuai akta tanggal 3 Mei 2002 No. 5, Pernyataan keputusan para pemegang saham P.T. SOCFIN Indonesia, yang diterbitkan oleh Notarisnya Ny. R. Arie Soetarjo SH, pemerintah R.I telah melepas 30% sahamnya kepada SOCFIN S.A, sehingga saham pemerintah R.I. di bawah kementerian BUMN saat ini hanya 10%.

PT. Socfin Indonesia merupakan salah satu perkebunan kelapa sawit terbaik dan tertua di dunia. Saat ini, PT. Socfin Indonesia memiliki perkebunan kelapa sawit ±38.000 ha, terdiri dari 9 kebun yang tersebar di propinsi Sumatera Utara dan Nanggroe Aceh Darussalam. Dalam pengelolaan perkebunan kelapa sawit tersebut, PT. Socfin Indonesia telah menerapkan aplikasi sustainable best agricultural management practice, yaitu dengan memperhatikan dan konversi lahan dan kualitas air, pengelolaan pengendalian hama dan penyakit secara terpadu, pemanfaatan dan pemberdayaan SDM, sosial dan lingkungan, pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar kebun.

Keberhasilan pengelolaan perkebunan, tidak terlepas dari:

1. Penggunaan benih unggul yang berkualitas.
2. Kultur teknis yang yang benar
3. Manajemen SDM
4. Dukungan sosial dan masyarakat di sekitar perkebunan

Pengelolaan perkebunan karet memiliki karakteristik tersendiri untuk menghasilkan produksi yang tinggi. Pengelolaan perkebunan karet membutuhkan

kemahiran dan pengalaman yang banyak bila dibandingkan komoditi perkebunan lainnya.

Visi dan misi

Visi

Menjadi perusahaan industri perkebunan kelapa sawit dan karet kelas dunia yang menghasilkan produk yang berkelanjutan dan efisien serta memberikan keuntungan dan manfaat kepada pemegang saham dan para pekerja serta dapat diterima oleh masyarakat sekitar.

Misi

1. Mengembangkan bisnis dan memberikan keuntungan bagi pemegang saham.
2. Memberlakukan sistem manajemen yang mengacu pada standar internasional dan acuan yang berlaku di bisnisnya.
3. Menjalankan operasi dengan efisien dan hasil yang tertinggi (mutu dan produktivitas) serta harga yang kompetitif
4. Menjadi tempat kerja pilihan bagi karyawannya, aman dan sehat.
5. Penggunaan sumber daya yang efisien dan minimalisasi limbah.

PT. Socfin Indonesia memiliki perkebunan karet dengan luas ± 10.000 ha, yang terdiri dari 5 kebun dan tersebar di Propinsi Sumatera Utara. Disamping itu juga dalam proses produksinya sudah memiliki standar ISO 9001-2008, ISO 14001-2007 dan OHSAS 18000. Disamping menerapkan standar agronomi yang baik, konsisten dan berkelanjutan, salah satu strategi untuk meningkatkan produktivitas tanaman karet di PT. Socfin Indonesia adalah dengan menanam

klon-klon unggul yang merupakan generasi terbaru seperti PB 260, PB 340, PB 217, dan RRIM 712.

Penanaman klon-klon tersebut memberikan kontribusi terhadap peningkatan produksi karet disamping daya adaptasi yang baik terhadap penyakit dan lingkungan seperti ketahanan terhadap hembusan angin. Pada grafik dibawah ini akan digambarkan produksi karet pada salah satu perkebunan PT. Socfin Indonesia.

Socfindo Seed Production and Laboraturium (SSPL)

1. Socfindo Seed Production and Laboratories (SSPL) merupakan pusat penelitian, pengembangan, produksi kecambah dan penyedia jasa Laboratorium Analitik. Laboraturium ini dibangun dengan tujuan untuk melayani kebutuhan internal perusahaan dan juga pihak eksternal.
2. Dalam menghasilkan benih unggul kelapa sawit, socfindo telah mulai melakukan penelitian pemuliaan tanaman untuk menghasilkan benih kelapa sawit sejak tahun 1913. Pada tahun 1984, PT. Socfindo ditunjuk sebagai produsen benih kelapa sawit untuk mensuplai kebutuhan benih nasional. Sejak 2004 telah mendapat izin melepaskan 2 varietas benih unggul kelapa sawit (DxP Socfindo Lame dan DxP Socfindo Yangambi), selanjutnya pada tahun 2013, mendapat izin untuk melepaskan varietas DxP Socfindo MT Gano.
3. Produksi benih DxP Socfindo bersumber dari 2 kebun induk yang terletak di kebun Aek Loba dan kebun Bangun Bandar, dimana proses produksi dilakukan di pusat seleksi Bangun Bandar kecamatan Dolok Masihul

kabupaten Serdang Bedagai dengan total kapasitas produksi 50 juta kecambah per tahun.

4. Laboratorium Analitik memberikan layanan:
 - a. Jasa konsultasi :
 - 1) Rekomendasi pemupukan.
 - 2) Rekomendasi stimulasi dan penentuan panel management.
 - b. Jasa analisa :
 - 1) Analisa daun
 - 2) Analisa tanah dan kompas
 - 3) Analisa pupuk
 - 4) Latex diagnosis (khusus karet)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulis akan menyajikan studi deskriptif dari data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah di sebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah bagaimana meningkatkan produktivitas kerja. Dalam mengumpulkan data yang di perlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang di lakukan penulis, yaitu: pertama, penelitian di awali dengan pengumpulan data serta dokumentasi dan berbagai hal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin di jawab. kedua, penulis melakukan wawancara dengan pimpinan dan karyawan yang berkaitan dengan masalah yang di teliti. Adapun yang menjadi narasumber adalah .

Penulis melakukan wawancara pada tanggal 12 oktober 2017 di PT. Socfindo, Medan. Wawancara di lakukan guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang di peneliti tentukan serta untuk memperoleh data-data yang mendukung dalam penelitian ini agar mampu menjawab permasalahan yang menjadi hal yang ingin di jawab. Data-data tersebut berupa pertanyaan dari para narasumber mengenai permasalahan dalam penelitian skripsi ini.

1. Hasil Wawancara

Berikut ini adalah penyajian data-data yang di peroleh melalui metode wawancara dengan berbagai narasumber baik dari bagian pimpinan dan karyawan. Adapun daftar pertanyaan dalam wawancara ini di sesuaikan dengan permasalahan yang ada di dalam penelitian. Berikut ini akan di sajikan hasil wawancara yang di lakukan terhadap para narasumber di lapangan, yaitu

Narasumber pertama :

Nama : Marzuki

Alamat : Jl. Kol Yos Sudarso, perumahan socfindo

Umur : 55 tahun

Bekerja sejak : 1984

1. Apakah anda selalu memberikan informasi terbaru kepada karyawan?

Jawab : iya, saya selaku pimpinan selalu memberikan informasi kepada karyawan saya untuk menjelaskan segala sesuatunya baik yang berupa informasi terbaru maupun informasi yang dianggap penting sehingga karyawan saya dapat mengetahui dan informasi itu tersampaikan jadi terjalin hubungan komunikasi yang baik.

2. Ketika karyawan mendapat prestasi apakah anda akan mendukung?

Jawab : sangat mendukung karena setiap prestasi yang dibuat oleh karyawan akan meningkatkan kinerja perusahaan, dan karyawan tersebut akan memiliki tingkat semangat kerja yang lebih baik.

3. Bagaimana kedekatan anda dengan karyawan?

Jawab : kedekatan saya sebagai pimpinan dengan karyawan bisa dikategorikan sebagai kedekatan yang dimana kedekatan itu sebatas antara pimpinan dan bawahan dimana saya mengawasi sesuatu yang mereka lakukan.

4. Apakah komunikasi anda dengan karyawan baik?

Jawab : iya baik, karena komunikasi merupakan alat penyampaian agar tidak salah persepsi.

5. Selain perusahaan atau diluar kantor apakah tetap berhubungan baik?

Jawab : iya baik, karena diluar pekerjaan saya menjaga silaturahmi antara pimpinan dan karyawan.

6. Ketika karyawan melakukan kesalahan apa yang anda lakukan?

Jawab : yang saya lakukan adalah menegur, menasehati serta mengambil tindakan serta menilai kesalahan itu terlepas dari tingkat kesalahan berat atau tidak.

7. Ketika karyawan tidak masuk kerja apa yang anda lakukan?

Jawab : mempertanyakan alasan kenapa tidak datang, jika karyawan itu menghubungi saya selaku atasan dan serta surat pendukung jika sakit atau ada kendala lain sehingga tidak dapat datang.

8. Sebagai pimpinan pernahkan anda memberikan motivasi kerja ?

Jawab : pernah, karena memotivasi karyawan akan membuat karyawan lebih respect dalam pekerjaannya dan memiliki semangat dalam bekerja.

9. Pernahkah melakukan pertemuan diluar kantor dengan karyawan?

Jawab : secara pribadi tidak tapi bila berhubungan mengenai perusahaan atau meeting diluar perusahaan saya melakukan pertemuan diluar.

10. Apa pesan anda terhadap karyawan?

Jawab : Lakukan pekerjaan dengan sebaik baiknya sehingga akan menunjukkan tingkatan kamu dalam bekerja.

Narasumber kedua :

Nama : Adin

Alamat : Jl kol yos sudarso, perumahan socfindo

Umur : 54 tahun

Bekerja sejak : 1987

1. Apakah anda selalu memberikan informasi terbaru kepada karyawan?

Jawab : Ya, selalu saya memberikan informasi agar karyawan tau perkembangan tentang perusahaan apalagi mengenai pekerjaannya.

2. Ketika karyawan mendapat prestasi apakah anda akan mendukung?

Jawab : sudah pasti saya mendukung, agar karir karyawan juga meningkat apalagi prestasi yang berhubungan untuk kebaikan suatu perusahaan.

3. Bagaimana kedekatan anda dengan karyawan?

Jawab : dekat, karena saya juga pernah menjadi karyawan jadi untuk apa saya menyombongkan diri sebagai pimpinan.

4. Apakah komunikasi anda dengan karyawan baik?

Jawab : baik, agar komunikasi saya dengan karyawan juga terjalin dengan baik.

5. Selain perusahaan atau diluar kantor apakah tetap berhubungan baik?

Jawab : ya baik, dikantor saja saya berhubungan baik apalagi diluar kantor agar silaturahmi dan komunikasi dengan karyawan tetap berjalan.

6. Ketika karyawan melakukan kesalahan apa yang anda lakukan?

Jawab : saya lihat dulu kesalahan apa yang karyawan lakukan saya ingatkan dulu bagaimana kesalahannya jika diulangi saya beri surat peringatan apabila kesalahan yang dilakukan sudah fatal bakal saya pecat.

7. Ketika karyawan tidak masuk kerja apa yang anda lakukan?

Jawab : saya tanyakan pada bagiannya kenapa tidak masuk kerja dan biasanya ketika karyawan berhalangan masuk kerja akan mengirim surat dari rumah sakit atau mengabari temannya yang ada di kantor.

8. Sebagai pimpinan pernahkan anda memberikan motivasi kerja ?

Jawab : selalu, karena motivasi juga sebagai pembangkit agar karyawan semangat bekerja.

9. Pernahkah melakukan pertemuan diluar kantor dengan karyawan?

Jawab : ya pernah, karena kedekatan saya dengan beberapa karyawan lain jadi sering melakukan pertemuan dilaur jam kantor.

10. Apa pesan anda terhadap karyawan?

Jawab : pesan saya semangat terus bekerja, komunikasilah antara satu dengan yang lain demi memajukan perusahaan.

Narasumber ketiga :

Nama : wanda Trimawan

Alamat : komplek perak bumi mikrat, pandan sari hamparan perak.

Umur : 29 tahun

Bekerja sejak : 2009

1. Apakah pimpinan selalu memberikan informasi terbaru?

Jawab : ya, pimpinan selalu memberikan informasi terbaru tentang perusahaan dikantor maupun di lapangan.

2. Pernahkah anda berprestasi di perusahaan ? ketika anda berprestasi apa yang dilakukan pimpinan?

Jawab : pernah, saya berprestasi di bagian olahraga. Pimpinan mensupport saya agar mempretahankan prestasi untuk nama baik perusahaan.

3. Bagaimana kedekatan anda dengan pimpinan?

Jawab : biasa saja bagaimana kedekatan antara seorang karyawan dan pimpinan.

4. Apakah komunikasi anda dengan pimpinan baik?

Jawab : baik, karena komunikasi sangat penting apalagi dengan atasan / pimpinan.

5. Selain di perusahaan atau diluar kantor apakah tetap berhubungan baik?

Jawab : ya baik, saling tegur sapa.

6. Ketika anda melakukan kesalahan apa yang dilakukan pimpinan?

Jawab : pimpinan selalu menegur saya ketika saya melakukan kesalahan.

7. Ketika anda tidak masuk kerja apa yang pimpinan lakukan?

Jawab : ketika saya tidak masuk kerja pimpinan menanyakan dengan teman diruangan saya kenapa saya tidak masuk kerja.

8. Apakah pimpinan pernahkah anda memberikan motivasi kerja?

Jawab : selalu, agar saya dan karyawan lain semangat dalam bekerja.

9. Pernahkah melakukan pertemuan diluar kantor dengan pimpinan?

Jawab : sampai saat ini belum pernah karena semua pekerjaan bisa diselesaikan di jam kantor.

10. Apa pesan terhadap pimpinan?

Jawab : semoga pimpinan lebih mengayomi karyawan satu dengan yang lain dan gaji karyawan naik.

Narasumber keempat :

Nama : Ermon Sari

Alamat : Mabar Hilir gg. Kasonah

Umur : 44 tahun

Bekerja : 1995

7. Apakah pimpinan selalu memberikan informasi terbaru?

Jawab : selalu, apalagi mengenai kemajuan perusahaan

8. Pernahkah anda berprestasi di perusahaan ? ketika anda berprestasi apa yang dilakukan pimpinan?

Jawab : pernah, dan pimpinan memberikan suatu penghargaan agar memacu prestasi yang lebih lagi agar lebih baik kedepannya.

D. Bagaimana kedekatan anda dengan pimpinan?

Jawab : biasa saja sebatas karyawan dan pimpinan bila terjadi kesalahpahaman akan berkomunikasi lebih baik lagi.

E. Apakah komunikasi anda dengan pimpinan baik?

Jawab : ya baik, dikarenakan pimpinan saya sangat mengayomi dan kami berkomunikasi dengan baik apalagi pimpinan tidak membedakan status.

F. Selain di perusahaan atau diluar kantor apakah tetap berhubungan baik?

Jawab : tetap berhubungan baik sebagaimana pimpinan dan karyawan.

G. Ketika anda melakukan kesalahan apakah yang dilakukan pimpinan?

Jawab : pimpinan menegur kesalahan saya jika saya membuat kesalahan lagi saya akan menerima konsekuensi berupa peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

H. Ketika anda tidak masuk kerja apa yang pimpinan lakukan?

Jawab : pimpinan menanyakan kepada teman satu ruangan saya kenapa saya tidak masuk kerja tanpa alasan.

I. Pernahkah pimpinan anda memberikan motivasi kerja?

Jawab : pernah, karna motivasi dari pimpinan juga sangat penting agar tetap berjalan baik komunikasinya.

J. Pernahkah melakukan pertemuan diluar kantor dengan pimpinan?

Jawab : tidak pernah, karena pimpinan saya biasanya selalu melakukan kegiatan dikantor tidak pernah diluar.

K. Apa pesan dan terhadap pimpinan?

Jawab : pesan saya kepada pimpinan agar menjalankan perusahaan dengan baik dan sering memberikan bonus bonus bekerja untuk karyawan.

B. Pembahasan

Dalam perusahaan yang produktif tentunya ada peran dibalik karyawan dan pimpinannya Saat ini perusahaan semakin berorientasi pada masyarakat luas, untuk itu diperlukan strategi yang tepat, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk sumber daya manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, selain itu perusahaan sangat penting untuk memberikan kondisi lingkungan yang membuat karyawan nyaman saat bekerja sehingga dapat menciptakan kelompok kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya akan membentuk sikap perilaku karyawan atau anggota sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai.

Salah satu pilar pembangunan perekonomian di Indonesia yang dapat diharapkan untuk membantu terwujudnya kesejahteraan rakyat adalah perusahaan. Semakin banyak kebutuhan masyarakat, semakin banyak pula yang harus dipenuhi dari kebutuhan masyarakat tersebut. Seperti bahan baku atau bahan yang belum jadi , oleh karna itu banyak muncul perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan bahan mentah tersebut, salah satu perusahaan yang bergerak dibidang tersebut ialah PT.Socfin Indonesia (Socfindo).

Komunikasi termasuk struktur yang dilewati pesan dan cara informasi disajikan, di samping isi pesan itu sendiri. Baik, berbicara atau menulis, mendengarkan atau membaca, komunikasi tidak hanya berupa satu tindakan.

Produktivitas antara pimpinan dan karyawan sangat berkesinambungan untuk menciptakan serta mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara satu dengan yang lain

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan di lapangan sebagai berikut bahwa PT. Socfindo melakukan analisa serta mengontrol antara pimpinan dan karyawan. Pimpinan bertanggung jawab untuk mengontrol, mengoreksi, membimbing, mengajarkan, mendorong, mengubah sikap, tindakan dan juga menghibur. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (impression management), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan. Suatu perusahaan memerlukan pimpinan untuk dapat mencapai suatu perusahaan. Pentingnya karyawan dalam rangka menciptakan maupun mengembangkan eksistensi perusahaan sebagai salah satu tujuan produktivitas kerja.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan komunikasi instrumental yang dilakukan pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja sebagai berikut:

1. Komunikasi memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama bila pimpinan tersebut sering berinteraksi dengan karyawan di PT. Socfindo.
2. Pimpinan PT. Socfindo harus tanggap dalam mengamati, mempelajari dan menyelesaikan suatu masalah, baik masalah yang timbul dari dalam maupun dari luar seperti mengajak karyawan dan memberikan support kepada karyawan agar tetap semangat bekerja di PT. Socfindo.
3. Pimpinan dan karyawan sangat berpengaruh dalam komunikasi baik di perusahaan maupun diluar selalu memberikan bantuan, memberikan pembinaan kepada karyawan yang ingin belajar dan di bekerja di PT. Socfindo.
4. Hubungan baik yang dilakukan pimpinan PT. Socfindo dengan karyawan cukup baik dengan menjalankan perusahaan tanpa adanya pelanggaran yang berakibat buruk antara pimpinan dan karyawan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang produktivitas kerja antara pimpinan dan karyawan. Maka dapat dikemukakan saran- saran sebagai berikut :

1. Agar lebih mengayomi karyawan, tetap selalu memberikan informasi terbaru tentang perusahaan demi kemajuan perusahaan PT. Socfindo. Karyawan tetap berusaha menjadi yang terbaik kemudian terus belajar, agar lebih bisa meningkatkan pekerjaannya menjadi lebih baik.
2. Lebih bersaing lagi dengan karyawan lainnya agar mendapatkan kepercayaan dan loyalitas tinggi dari pimpinan dan tetap menjaga komunikasi yang baik dengan karyawan lainnya.
3. PT. Socfindo harus mempertahankan karyawan sehingga dapat memperkuat produktivitas kerja.
4. Pimpinan harus menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan karyawan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmosoeprpto, Kisdarto, 2001, *Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ardial.(2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arnold, Hugh J, dan Daniel C. Feldman. *Individual in Organizations*. New York: McGraw Hill, Series in Management, 1986.
- Boove,L.Coutrland dan John V.Thill.(2002).*Komunikasi Bisnis*.Buku Pertama,Edisi Bahasa Indonesia,Edisi Keenam.Jakarta: PT Prenhalindo Jakarta.
- Deddy Mulyana, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana.(2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT.Mandar Maju.
- Fiske, John.(2012). *Pengantar Ilmu komunikasi/John Fiske;penerjemah Hapsari Dwiningtyas.-Ed. 3-1.-Jakarta: Rajawali Pers.*
- Gunawan, Iman.(2013). *Metode Penelitian Kualitatif :Teoridan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P, 1996, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Edisi Kedua. Jakarta: PT Toko Gunung Agung.
- Hadari, Nawawi.(2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Idrus, Muhammad.(2009).*Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : Erlangga.

- Ivancevich, J. M. et al.(2007). *Perilaku & Manajemen Organisasi*. Erlangga: Jakarta.
- Kartini Kartono (1994). *Psikologi untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri* : PT Grafindo Persada Jakarta.
- Mulyana, Deddy.(2007).*Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*.Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masmuh, Andullah (2010), *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan praktek*. Malang ; UMM Press.
- Pace,Wayne dan Faules,(2001),*Komunikasi Organisasi-Strategi meningkatkanKinerja perusahaan*,Bandung: Redmadja Rosda Karya.
- Purwanto, Djoko.(2006).*Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono.(2010). *MetodePenelitianKuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sutarto,(2002), *Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Subri, Mulyadi. 2002. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rajawali Persada
- Sutrisno, Edy, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- Wiryanto.(2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.

Sumber lain :

<http://www.socfindo.co.id/>

Lampiran :

Pimpinan dan karyawan



nama: pak adin



nama: pak marzuki



Nama : pak wanda Trimawan



nama : pak ermon sari

DAFTAR PUSTAKA

- Atmosoeprpto, Kisdarto, 2001, *Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ardial.(2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arnold, Hugh J, dan Daniel C. Feldman. *Individual in Organizations*. New York: McGraw Hill, Series in Management, 1986.
- Boove,L.Coutrland dan John V.Thill.(2002).*Komunikasi Bisnis*. Buku Pertama,Edisi Bahasa Indonesia,Edisi Keenam.Jakarta: PT Prenhalindo Jakarta.
- Deddy Mulyana, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana.(2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT.Mandar Maju.
- Fiske, John.(2012). *Pengantar Ilmu komunikasi/John Fiske;penerjemah Hapsari Dwiningtyas.- Ed. 3-1.-Jakarta: Rajawali Pers*.
- Gunawan, Iman.(2013). *Metode Penelitian Kualitatif :Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P, 1996, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Edisi Kedua. Jakarta: PT Toko Gunung Agung.
- Hadari, Nawawi.(2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Idrus, Muhammad.(2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : Erlangga.

- Ivancevich, J. M. et al.(2007). *Perilaku & Manajemen Organisasi*. Erlangga: Jakarta.
- Kartini Kartono (1994). *Psikologi untuk Manajemen , Perusahaan dan Industri :* PT Grafindo Persada Jakarta.
- Mulyana, Deddy.(2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*.Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masmuh, Andullah (2010), *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan praktek*. Malang ; UMM Press.
- Pace,Wayne dan Faules,(2001), *Komunikasi Organisasi-Strategi meningkatkan Kinerja perusahaan*,Bandung: Redmadja Rosda Karya.
- Purwanto, Djoko.(2006). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sutarto,(2002), *Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Subri, Mulyadi. 2002. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rajawali Persada
- Sutrisno, Edy, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- Wiryanto.(2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.

Sumber lain :

<http://www.socfindo.co.id/>