

**PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
CV. FAJAR BARU MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

INDAH LESTARI

NPM : 1503110231

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **INDAH LESTARI**
N P M : 1503110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D**

PENGUJI II : **TENERMEN, S.Sos, M.I.Kom**

PENGUJI III : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., M.AP**

PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS, MSP

Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

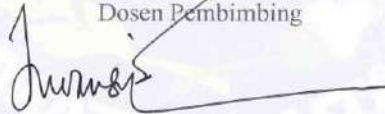
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **INDAH LESTARI**
NPM : 1503110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN CV. FAJAR BARU MEDAN**

Medan, 19 Maret 2019

Dosen Pembimbing



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., M.AP

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom

Decan,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan ini saya, Indah Lestari, NPM1503110231, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

1. Skripsi ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 11 Maret 2019

Yang Menyatakan,



ABSTRAK

Peran Komunikasi tatap Muka Pimpinan Dalam Meningkatkan Kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan

INDAH LESTARI

1503110231

Penelitian ini berjudul “Peran Komunikasi Tatap Muka Pimpinan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan CV. Fajar Baru Medan”. Dimana dalam penelitian ini penulis akan mengamati bagaimana cara komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah tentang bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Dimana, sering kali terjadi ketidakpuasan seorang pelanggan dalam pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan. Mungkin metode yang digunakan pimpinan dalam melayani pelanggan kurang efektif. Dalam proses metode yang digunakan oleh pimpinan dan rasa tidak puas dari seorang pelanggan, untuk membantu hal tersebut agar pelanggan puas, maka penelitian menggunakan metode komunikasi tatap muka komunikasi atau komunikasi langsung dengan adanya metode ini pelanggan akan lebih puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak CV. Fajar Baru Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada para narasumber hasil yang penulis dapatkan yaitu dari pimpinan, karyawan serta pelanggan CV. Fajar Baru Medan, penulis sudah melakukan penelitian yang efektif dan itu semua di dapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pimpinan, karyawan dan pelanggan. Dari hasil yang sudah didapatkan maka seorang pimpinan CV. Fajar Baru Medan haruslah lebih menjaga komunikasi dan meningkatkan komunikasi secara tatap muka dengan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.

Kata Kunci: meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas khadirat Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, Alhamdulillah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Komunikasi Tatap Muka Pimpinan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan CV. Fajar Baru Medan”**. Tak lupa pula shalawat beserta salam kepada jujungan alam nabi besar Muhammad SAW. dimana beliau telah membawa kita dari zaman zahilyah ke zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang penulis rasakan saat ini. Skripsi yang penulis tulis itu bukan merupakan suatu karya yang *instant*. Semua itu buah dari suatu proses yang relatif panjang, menyita segenap tenaga, serta waktu dan pikiran. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi mulai dari awal penulisan hingga akhir penulisan tidak terlepas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orangtua saya. Ayahanda Parmin dan Ibunda Minarni atas kesabaran, kasih sayang, doa, dan jasa-jasa serta tidak pernah lelah dalam mendidik, mendukung serta memeberi cinta yang tulus dan ihklas kepada saya dari kecil hingga dewasa.

2. Kepada abang saya, Sutarno, Cipto Wiono, dan Ardi serta kakak ipar saya Susi dan Beiby Maheri, yang telah memberika dukungan yang sangat luar biasa serta doa yang tiada pernah putus.
3. Bapak Dr. Agussani, M.AP, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Muhammad Arifin, SH.,M.Hum, Selaku Wakil Rektor-1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Zulfahmi Ibnu, Selaku Wakil Dekan I Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom Selaku Wakil Dekan III Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. Ibu Nurhasana Nasution, S.Sos, M.I.Kom, Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara.
9. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom, Selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara.
10. Bapak Dr. Irwan syari tanjung, S.Sos.,M.AP. Selaku Dosen Pembimbing saya dan terimakasih karena telah memberikan saya waktu, kesempatan dan ilmunya kepada saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang sudah banyak memberikan saya ilmu pengetahuan.

12. Seluruh Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial da Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang terutama untuk Pak Naldi, Bang Lindung, dan juga Bang Ucok yang sudah membantu saya dalam segala urusan berkas perkuliahan.
13. Kepada sahabat seperjuangan saya, my Angel, my Queen, my Snowwhite, my Princesses, Unyuk, Yuli, jaka, jawa, yogi, kholis, ridho, terimakasih karena kalian selalu ada dalam suka maupun duka terimakasih juga karena sudah membagi ilmu ke saya.
14. Teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Imu Politik Universits Muhammdiyah Sumatera Utara stambuk 2015, khususnya kelas Humas IKO-B Siang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sesuatu yang baik kedepanya. Demikian penulisan skripsi ini penulis buat agar dapat bermanfaat bagi semua, penulis mengucapkan terimakasih.

Wasalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Maret 2019
Penulis

INDAH LESTARI
NPM: 1503110231

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1. Hakikat Komunikasi Tatap Muka.....	7
2.1.1. Definisi Komunikasi	7
2.1.2. Proses Komunikasi	9
2.1.3. Teknik Komunikasi Persuasif	12
2.1.4. Tujuan Komunikasi	14
2.1.5. Komunikasi Sebagai Konseptual	15
2.1.6. Pengertian Komunikasi Tatap Muka.....	17
2.2. Komunikasi Antarpribadi.....	18
2.2.1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi	18
2.2.2. Tujuan Komunikasi Antarprida	21
2.2.3. Unsur-unsur Komunikasi Antarpribadi	22
2.2.4. Teori Komunikasi Antarpribadi	23
2.2.5. Peran Komunikasi Antarpribadi.....	24
2.2.6. Teknik Komunikasi Antarpribadi.....	25
2.3. Kepemimpinan.....	26
2.3.1. Definisi Kepemimpinan.....	26
2.2.2. Teori Kepemimpinan.....	27
2.2.3. Peran dan Tugas Pemimpin.....	28
2.4. Pengertian Kepuasan pelanggan.....	28
2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	28
2.4.2. Pengukur Kepuasan Pelanggan.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Kerangka Konsep.....	32
3.3. Definisi Konsep.....	33
3.4. Kategorisasi Penelitian	35
3.5. Informan/Narasumber.....	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	35

	3.7. Teknik Analisis Data.....	36
	3.8. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	37
	3.9. Deskripsi Ringkas Penelitian	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
	4.1. Hasil Penelitian.....	39
	4.2. Pembahasan.....	56
BAB V	PENUTUP.....	59
	5.1. Kesimpulan.....	60
	5.2. Saran.....	60
	DAFTAR PUSTAKA.....	61
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL I.....	35
--------------	----

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR I.....	44
GAMBAR II	45
GAMBAR III	48
GAMBAR 1V	49
GAMBAR V	51
GAMBAR VI	53
GAMBAR VII	54
GMBAR VIII	55
GAMBAR IX	55
GAMBAR X	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, baik dalam konteks komunikasi Antarpribadi, komunikasi Kelompok maupun Komunikasi Organisasi yang berorientasi pada peran komunikasi tatap muka. Pentingnya komunikasi tatap muka yang dilakukan pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan pendekatan persuasif.

Peneliti ini akan fokus pada peran komunikasi yang dilakukan pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di CV. Fajar Baru Medan. Disisi lain, cara berkomunikasi dengan masing-masing orang cenderung memiliki perbedaan termasuk gaya berkomunikasi pemimpin terhadap pelanggan CV. Faja Baru.

CV. Fajar Baru adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang bordir komputer dan konveksi dimekan. Sebelum berdirinya CV. Fajar Baru Medan, mereka mengawali usahanya di sebuah pulau yang bernama pulau sinabang yang berada di aceh, mereka memiliki tokoh dengan nama serba guna yang menjual semua barang yang bisa menghasilkan rupiah seperti, televisi, bola, kipas angin, piala, dll. Pemilik tokoh sering kali berbelanja kemedan untuk dibawa ke sinabang dan dijualnya kembali.

Kehidupan disebuah pulau tidak lah mudah, layanan akses jalan menuju kota sangat sulit, pada saat itu hanya ada helikopter hercules yang bisa mereka tumpangi apabila hendak pergi kekota untuk berbelanja brang-barang yang akan

dijualnya. Sampai pada akhirnya mereka pindah ke kota Medan dan membuka usaha kecil-kecilan. Usaha yang dijalankannya tidaklah langsung besar dan maju sering kali cobaan yang menghampiri silih berganti hingga sekarang menjadi CV. Fajar Baru Medan.

CV. Fajar Baru berdiri sejak tahun 1993, Fajar Baru mengawali usahanya dengan menjual semua barang-barang yang bisa menghasilkan uang dari mulai menerima jasa menjait telkung atau muq'nah secara kecil-kecilan hingga sampai sekarang usaha yang telah dibangun itu berkembang dan sedikit demi sedikit mulai maju dan dikenal oleh banyak orang di kota Medan, hingga saat ini CV. Fajar Baru sudah banyak dikenal oleh masyarakat di kota Medan dan sudah memiliki beberapa unit mesin bordir komputer dan membuka konveksi dan CV. Fajar Baru juga banyak memiliki mitra-mitara dalam bekerja sama.

Akan tetapi banyak sekali sekarang ini yang membuka usaha seperti CV. Fajar Baru. Mengingat, banyaknya persaingan yang terjadi ditengah-tengah usahanya yang berkembang maka langkah selanjutnya pimpinan harus mampu menarik setiap pelanggan untuk bertahan dan setia kepada CV. Fajar Baru, pemimpin harus selalu memikirkan strategi-strategi baru yang dan memotivasi karyawan-karyawan untuk mencapai tujuan yang dijabarkan oleh pimpinan. Karena pada dasarnya "pimpinan yang baik adalah mengerjakan sedikit dan menjadi semakin lebih baik. Dibalik majunya CV. Fajar Baru terdapat pemimpin yang mampu memberikan contoh dan motivasi terhadap karyawannya dan menjaga komunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan CV. Fajar Baru.

Berikut beberapa strategi pimpinan CV. Fajar Baru antara lain:

- 1). Menjaga komunikasi kepada karyawan dan pelanggan
- 2). Mendengarkan masukan dengan baik yang diberikan oleh pelanggan
- 3). Melatih para karyawan untuk terus memperbaiki hasil jaitan dan bordir
- 4). Bertindak secara konsisten
- 5). Memberikan umpan balik
- 6). Dan memberikan pujian kepada karyawan.

Pimpinan CV. Fajar Baru harus membangun komunikasi yang baik dengan setiap pelanggan, salah satu dengan komunikasi secara langsung antar pribadi atau tatap muka, peran komunikasi pimpinan ini sangatlah penting untuk berlangsungnya dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru.

Dari berbagai pelanggan ternyata mereka akan lebih puas apabila langsung berhadapan dengan pimpinan CV. Fajar Baru. Komunikasi yang dilakukan pemimpin semata-mata untuk menjaga kesetiaan pelanggan dan menarik pelanggan serta meyakinkan agar terus percaya dan puas dengan hasil kerja (jaitan dan bordir) CV. Fajar Baru.

Komunikasi adalah suatu aktivitas interaksi antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari satu pihak ke pihak lainnya. Seperti yang dilakukan oleh pimpinan CV. Fajar Baru Medan dengan pelanggan dan karyawannya. Dengan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi pimpinan CV. Fajar Baru Medan itu sendiri bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada setiap pelanggan. Pimpinan CV. Fajar Baru Medan selalu pelayanan komunikasi yang

baik agar mudah dimengerti dan diterima oleh pelanggan dan mendapatkan respon baik dari pelanggan.

Komunikasi pimpinan terhadap pelanggan CV. Fajar Baru dikategorikan dalam konteks komunikasi antarpribadi secara tatap muka. Semoga adanya hubungan komunikasi secara langsung atau tatap muka dengan baik antara pemimpin dan pelanggan CV. Fajar Baru dapat menjaga kepuasan pelanggan, karena kesuksesan itu tergantung pada komunikasi komunikatornya.

Komunikasi dilakukan pimpinan CV. Fajar Baru Medan secara langsung tanpa melalui prantara seseorang maupun media, komunikasi ini digunakan pimpinan agar lebih efektif jika untuk keperluan tawar-menawar dengan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah merupakan subbab yang sangat berkaitan dengan batasan masalah. Batasan masalah yang telah dibatasi sebelumnya, Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

2. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis bagi pimpinan dan juga penelitian ini diharapkan mengetahui teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi secara umum maupun secara khusus dan mengembangkan ilmu komunikasi khususnya mengenai peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

3. Manfaat Secara Praktisi

- a. Penulis mengharapkan penelitian ini untuk melatih diri peneliti dalam menganalisis suatu permasalahan yang terjadi dalam ilmu komunikasi khususnya dalam komunikasi tatap muka.
- b. Penulis mengharapkan Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi.

1.5. Sistematika penulisan

Sistematika skripsi ini secara sistematis, logis dan konsisten dapat melihat dan mengkaji penelitian ini secara teratur dan sistematis. Maka penulis membuat sistematika penulisan, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisi pengertian komunikasi, komunikasi antarpribadi, tujuan komunikasi antarpribadi, unsur-unsur komunikasi

antarpribadi, teori komunikasi antarpribadi, peran komunikasi antarpribadi, teknik komunikasi antarpribadi, kepemimpinan, teori kepemimpinan, tugas dan peran pemimpin, pengertian pelanggan dan CV. Fajar Baru Medan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka penelitian, definisi konsep, kategorisasi, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang penyajian data dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Hakikat Komunikasi Tatap Muka

2.1.1. Definisi komunikasi

Istilah komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu "*communication*". Istilah ini berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya Hardjana (Harapan & Ahmad. 2014:1).

Menurut Forsdale, Muhammad mengartikan komunikasi sebagai suatu proses memberikan *signal* menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini sistem dapat disusun, dipelihara dan diubah (Harapan & Ahmad. 2014:2).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksud atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau pengirim pesan (*komunikator*) dengan si penerima pesan (*komunikan*) (Harapan & Ahmad. 2014:2).

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti; saling bicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra dan masih banyak lagi (Jhon Fiske, 2012:1).

Terdapat dua mazhab di dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, kelompok yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Kelompok ini fokus dengan bagaimana pengirim dan penerima, mengirimkan dan menerima pesan. *Kedua*, melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Kelompok ini fokus bagaimana pesan, atau teks, berinteraksi dengan manusia di dalam rangka untuk memproduksi makna, artinya, pandangan ini sangat memperhatikan peran teks di dalam budaya kita (Jhon Fiske, 2012:2-3).

Stephen Littlejohn mengatakan: *Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti) (Morissan, 2013:8).

Berger & Chaffe menyatakan, secara umum komunikasi merupakan proses penyampain pesan dari seorang (kelompok /lembaga) kepada seseorang (kelompok /lembaga) lainnya, baik secara langsung maupun melalui media (media massa dan bukan media massa). Selain itu komunikasi juga dapat diartikan sebagai suatu pengamatan terhadap produksi , proses, dan pengaruh sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses, dan pengaruh sistem-sistem tanda dan lambang (Bajari & SahDala, 2013:281-282).

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi adalah seseorang atau institusi yang memiliki bahan

informasi (pemberitaan) untuk disebarakan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum. Sedangkan *audience* adalah perorang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi (Bungin, 2006:57).

2.1.2. Proses Komunikasi

Berlangsungnya komunikasi itu adalah jika antara komunikator dan komunikan mengadakan kesamaan makna/arti. Karena pada hakikatnya berkomunikasi adalah membuat komunikator dan komunikan sama-sama memberi arti yang sama terhadap lambang yang sama terhadap dikomunikasikan. Sama atau sesuai disini dalam arti pesan yang sedang dibahas berdua antara komunikan dan komunikator, bukan pada keseluruhan pengalaman dan pengetahuan keduanya.

Menurut Wilbur Schramm dalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakan, bahwa “komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan *frame of reference*, yakni pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan” (Roudhonah 2019: 57).

Menurut Joseph A. Devito, komunikasi merupakan suatu proses di mana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa komunikatornya beraksi sehingga dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi atau terjadinya transaksi dengan

maksud di mana komponen-komponennya saling terkait dan para komunikator beraksi dan bereaksi. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu: proses komunikasi secara primer dan sekunder.

Proses komunikasi secara primer proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya secara komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Suprpto, 2011: 5).

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan sebagai berikut:

a. Komunikator

(*communicator, source, sender*), yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.

b. Pesan (*message*)

yaitu suatu gagasan, dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan bersifat pendidikan, emosi dan lain sebagainya yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu. Pesan terbagi atas dua jenis yaitu pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya

oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan.

Pesan nonverbal menurut Cangara (2004:99) bahwa pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerakgerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul. pesan nonverbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*). Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya.

Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab bentuk pesan yaitu:

1) Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

2) Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Fungsi pengiriman (*encoding*)

adalah proses untuk mengubah pesan kedalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan/data.

d. Media (*channel*)

yaitu berupa media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.

e. Fungsi penerimaan (*decoding*)

proses memahami simbol-simbol bahasa (bahasa pesan) yaitu simbol grafis atau huruf-huruf dengan cara mengasosiasikannya atau menghubungkan simbol-simbol dengan bunyi bahasa beserta variasi-variasi yang dilakukan penerima pesan dari penyampai pesan (*receiver, recipient*), yaitu orang yang menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikator itu sendiri.

f. Respons (*response*)

merupakan rangsangan atau stimulus yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikator setelah menerima pesan.

g. Efek (*effect, impact, influence*)

memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan. (Hermawan,2012:6)

2.1.3. Teknik Komunikasi Persuasif

Berbagai teknik komunikasi dapat digunakan dalam berkomunikasi. Salah satu diantaranya ialah dengan komunikasi Persuasif. Sejalan dengan tugas yang

begitu kompleks dari kegiatan hubungan masyarakat, timbul beberapa hal hal yang perlu mendapatkan perhatian para pelaksana bidang hubungan masyarakat itu. Antara lain ialah, bagaimana menggunakan seefektif mungkin usaha-usaha menyebarkan gagasan-gagasan dari lembaga kepada publiknya baik internal maupun eksternal.

Untuk kepentingan ini perlu dikuasainya teknik komunikasi dengan tepat. Misalnya dengan teknik persuasif sebagai teknik komunikasi dalam usahanya untuk menanamkan pengaruh pada publiknya. Pengertian komunikasi persuasif, adalah berasal dari istilah *persuasion* (inggris). Sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahas Latin. "*persuasio*", kata kerjanya *to persuade*, yang dapat diartinya sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya.

Menurut Erwin P. *Betting house* bahwa " suatu situasi komunikasi harus mencakup upaya seseorang yang dengan sadar mengubah tingkah laku orang lain atau kelompok orang lain melalui penyampaian beberapa pesan (Widjaja, 2002: 66).

Dengan demikian dapat dilakukan bahwa menggunakan teknik komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator (dalam hal ini PRO) dengan cara membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan. Komunikasi persuasi bukanlah komunikasi hal yang baru lagi.

Dangan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki oleh komunikatornya, dengan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri. Oleh karena itulah dalam hubungan

masyarakat, komunikasi persuasif ini yang sebaiknya digunakan untuk tercapainya tujuan dari kegiatan tersebut. Tujuan pokok dari persuasif untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang, kelompok untuk kemudian melakukan tindakan/perbuatan sebagaimana dikehendaki. Persuasi bukan sekedar untuk membujuk dan merayu saja, tetapi persuasi merupakan suatu teknik mempengaruhi dengan mempergunakan dan memanfaatkan data dan fakta psikologis, sosiologis dari orang-orang yang ingin kita pengaruh. Oleh sebab itu bagi persuader (yang melakukan persuasi) harus memiliki kemampuan untuk dapat memperkirakan keadaan khalayak yang dihadapi, (Widjaja, 2002: 68).

Persuasi bisa dipandang sebagai sebuah cara belajar. Seperti tikus dalam sebuah laboratorium yang bisa belajar mendekati sebagai stimulus dan menampilkan stimulus lainnya, maka manusia bisa belajar bahwa kaum Nasionalisme cina adalah “baik”. Sementara kaum komunis cina, “busuk”. Dan seperti tikus bisa mengubah perilakunya sebagai akibat “pesan-pesan” para pembuat eksperimen, manusia pun bisa merubah respon yang berkaitan dengan sikapnya terhadap dua orang cina berdasarkan komunikasi persuasif, (Djamaluddin, 1994: 14-15).

2.1.4. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi di sini menunjukkan kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum Harold D. Lasswell dalam (Roudhonah 2019: 65), menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat:

1. *Social change* (perubahan sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam

kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. *Attude change* (perubahan sikap). Seseorng berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
3. *Opinion change* (perubahan pendapat). Seseorang berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
4. *Behavior change* (perubahan perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

Model AIDA memberikan gambaran bahwa dampak atau hasil komunikasi yang terjadi kepada seseorang setelah ia menerima pesan akan menyangkut empat hal, yakni *attention* (perhatian) dalam kolom kognitif kemudian meningkat ke tingkat efektif, yaitu, *interest* dan *desire* (minat dan keinginan), selanjutnya meningkat ke *action*, yaitu tindakan. Diasumsikan bahwa tindakan yang diambil pada dasarnya didorong oleh adanya perhatian, minat, dan keinginan.

2.1.5. Komunikasi Sebagai Konseptual

Komunikasi memiliki kontinuitas dalam setiap unsurnya. Komunikasi juga tidak mempunyai awal dan mempunyai akhir, atau dengan kata lain komunikasi tidak dapat diberhentikan dari kehidupan. Konseptualisasi menurut Jhon R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken:

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Pemahaman komunikasi sebagai proses searah kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi tatap muka, namun tidak keliru apabila

diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya-jawab dan komunikasi massa (cetak dan elektronik). Pemahaman komunikasi searah ini oleh Michael Burgoon disebut “definisi berorientasi sumber”. Ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Konseptual komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan semua bersifat instrumental dan persuasif.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyertakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Bila yang satu sebagai pengirim maka yang satunya lagi sebagai penerima, begitu pula sebaliknya.

Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu arah. Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam unsur konseptualisasi kedua ini adalah umpan-balik (*feedback*). Tidak semua respons penerima adalah umpan balik. Suatu pesan disebut umpan apabila hal itu merupakan respons terhadap pesan pengirim dan bila mempengaruhi perilaku selanjutnya pengirim. Umpan balik juga tidak harus disengaja.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Semakin banyak orang yang berkomunikasi, semakin rumit transaksi komunikasi yang terjadi. Dalam konteks ini komunikasi adalah proses personal karena atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi sebagai transaksi bersifat intersubjektif, yang dalam bahasa Rosengren disebut komunikasi penuh manusia. Penafsiran anda atas perilaku verbal dan nonverbal orang lain yang anda kemukakan kepadanya juga mungubah penafsiran orang lain tersebut atas pesan anda dan pada gilirannya, mengubah penafsiran anda atas pesan-pesannya, begitu seterusnya. Kelebihan konseptual ini adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang sengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya mensengajanya atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati.

2.1.6. Pengertian Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka adlah pertemuan antara satu individu dengan individu lainnya, yang terdiri dari pesan dan feedback. Tempat kerja di masa sekarang menjadi semakin berteknologi tinggi. Mesin dan komputer memungkinkan kita untuk melakukan pekerjaan kita dengan lebih cepat dan akurat. Tak diragukan lagi, teknologi telah membuat kita menjadi lebih produktif hari ini. Tetapi, semakin banyak orang yang mengandalkan perangkat berteknologi tinggi daripada perangkat komunikasi kita. Kita sekarang lebih senang mengirim e-mail atau meninggalkan pesan surat-suara daripada bicara

secara tatap muka dengan seseorang. Hasilnya? Suatu tempat kerja yang teraa menjadi individual dan menjadi lebih teresolasi.

Peningkatan komunikasi tatap muka kita mungkin tampak tidak penting dan benar-benar kuno di era komputerisasi seperti sekarang. Tetapi, banyak situasi tempat kerja, termasuk yang melibatkan konflik, emosi, atau masalah peka lainnya, tetap membutuhkan kontak manusia. Buku ini menjelaskan mengapa keterampilan ini lebih relevan sekarang daripada sebelumnya, dan mengapa kontak secara pribadi tetap merupakan jenis interaksi manusia yang paling berpengaruh. Anda akan mempelajari pentingnya memilih kata-kata anda dengan hati-hati, memperhatikan bahasa tubuh anda dengan seksama, dan mendengarkan dengan penuh perhatian . anda juga akan mempelajari lebih banyak hal tentang hal gaya komunikasi, dan bagaimana faktor komunikasi anda sesuai dengan kepribadian anda. Semakin banyak anda tentang pilihan anda, anda semakin memperkuat keterampilan anda dan membuat setiap pertemuan tatap muka menjadi lebih bernilai dan berharga, (Begley, 2010:1)

Komunikasi antarpribadi di sini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace bahwa "*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*" (Cangara 2014:36-38)

2.2. Komunikasi Antarpribadi

2.2.1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi di sini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne

Pace bahwa “*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*” (Cangara 2014:36-38)

Menurut Kathleen S. Verderber *et al*, komunikasi antarpribadi merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Lebih lanjut ia menjelaskan: *Pertama*, komunikasi antarpribadi sebagai proses. *Kedua*, komunikasi antarpribadi bergantung kepada makna yang diciptakan oleh pihak yang terlibat. *Ketiga*, melalui komunikasi kita menciptakan dan mengelola hubungan kita. Tanpa komunikasi hubungan tidak akan terjadi. Hubungan terjadi apabila kita mulai berinteraksi dengan seseorang (Budyatna & Ganiem 2011:14-15).

Komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian pesan antara dua orang atau kelompok kecil secara langsung baik itu pesan verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan feedback secara langsung, Muchtar (2018:3)

komunikasi antarpribadi itu lebih daripada penyampaian informasi antara dua manusia. Sebaliknya, ini merupakan cara manusia memperoleh makna, identitas, dan hubungan-hubungan melalui komunikasi antarmanusia (Budyatna 2015:6).

Menurut sifatnya komunikasi antarpribadi terdapat Komunikasi Diadik, Komunikasi Diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka.

Komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka antara pihak komunikator dan komunikan.

Pesan disampaikan secara langsung dari komunikator, dan secara langsung dapat langsung menerima umpan balik atau feedback dari komunikan. Komunikasi interpersonal atau antarpribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto 2004:32).

Komunikasi interpersonal secara umum adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, masing-masing orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut saling mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. Bentuk khusus komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik. DeVito berpendapat bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang telah memiliki hubungan yang jelas, yang berhubungan dengan beberapa cara. Jadi komunikasi interpersonal misalnya komunikasi yang terjadi antara ibu dengan anak, dokter dengan pasien, dua orang dalam suatu wawancara, dsb. Deddy Mulyana (2005) menyatakan: “komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.” (Mulyana, 2005:73).

Komunikasi antarpribadi atau interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang tatap muka, yang memungkinkan kan setiap pertanyaan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana 2010:81). Pada hakikatnya komunikasi interpersrsonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal bersifat dialogis,

artinya arus balik terjadi langsung. Komunikator dapat mengetahui secara pasti akan komunikasinya berhasil atau tidak, dan apakah komunikan merespon pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Ciri-ciri komunikasi interpersonal ini adalah pihak-pihak yang memberi dan menerima pesan secara silmutan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Kimunikasi interpersonal yang baik diawali dengan hubungan yang baik. Waltzlawick berpendapat komunikasi tidak hanya berisi pesan tetapi juga menekankan kepada aspek hubungan yang disebut dengan metakomunikasi. Umumnya hubungan interpersonal suami istri atau dengan yang lainnya adalah baik sehingga sehingga menjadi modal bai terhubungnya sebuah komunikasi interpersonal yang efektif. (Kholil, 2005: 43).

Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan yang palin sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataanya komunikasi tatap muka membuat manusia ini merasa lebih akrab dengan semuanya seperti yang dilakukan pimpinan CV. Fajar Baru Medan, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, sekalipun lewat teknologih tercanggih.

2.2.2. Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Sebelum membahas tujuan komunikasi tatap muka terlebih dahulu kita harus mengetahui tujuan utama komunikasi yaitu untuk memindahkan pengertian yang dimiliki seseorang kepada penerima agar dia mempunyai pengertian baru setelah kita mengkomunikasikan sesuatu. Jadi orang yang mendengar harus

mengalihkan pikiran, pendapat dan pandangan serta tindakan sesuai dengan apa yang kita kehendaki.

Ada pun tujuan komunikasi sesuai konteks artinya, sekalipun tujuan komunikasi ini umumnya sama, namun berbeda-beda diantara konteks. Sebagai contoh, tujuan utama komunikasi antarpribadi yang penulis lakukan yaitu, dengan berkomunikasi, penulis mau menyatakan diri, penulis mau memperkenalkan atau mengidentifikasi diri penulis kepada seseorang sehingga komunikasi yang dilakukan tidakn mulai dengan prasangka (Alo Liliweri, 2011: 126-127).

Tujuan komunikasi tatapmuka untuk mengembangkan keterampilan dalam meningkatkan komunikasi tatap muka. Komunikasi tatap muka ini sangat penting dalam berkomunikasi dibisnis. Keuntungan komunikasi tatap muka adalah untuk meningkatkan pemahaman terhadap arti yang tersimpan. Sering terjadi kesulitan berkomunikasi dengan merasakan dan menilai maupun menulis atau tertulis. Berkomunikasi dengan tatap muka akan mengajak anda untuk berkesempatan membaca isyarat, expresi wajah, gerak tangan, tekanan suara dan lain-lain.

Tujuan umum komunikasi, Stanton mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu: (1) Mempengaruhi orang lain. (2) Membangun atau mengelola relasi antarpersonal. (3) Menemukan perbedaan jenis pengetahuan. (4) Membantu orang lain. (5) Bermain atau bergurau.

Tujuan Utama Komunikasi: (1) Mengirimkan pesan. (2) Menerima pesan. (3) Menginterpretasi pesan (4) Merespon pesan secara tepat dan jelas. (5) Bertukar pesan atau informasi (Alo Liliweri, 2011: 128).

2.2.3. Unsur-unsur Komunikasi Antarpribadi

Unsur atau elemen adalah bagian yang digunakan untuk membangun suatu *body* (badan). Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*) (Cangara 2014:24).

Unsur komunikasi yang dilakukan oleh Miller dan Cherry sebagai berikut:

1. Sumber adalah sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok sumber juga disebut komunikator.
2. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.
3. Media adalah alat untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima.
4. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.
5. Pengaruh atau efek adalah perbedaan apa yang dirasakan, dipikirkan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Tanggapan Balik adalah pengaruh yang berasal dari penerima.
7. Lingkungan adalah faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi (Cangara 2014:27).

2.2.4. Teori Komunikasi Antarpribadi

Terdapat beberapa teori komunikasi antar pribadi yang cukup penting untuk dibahas antara lain:

1. Pesan-pesan Antarpribadi didalamnya antara lain interaksionisme simbolik, dan teori pelanggaran harapan.

2. Proses Kognitif atau *cognitiv processing* berupa konstruktivisme yang mempunyai dampak luas sekali di bidang komunikasi, menurut teori ini, para individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut kategori-kategori konseptual didalam pemikirannya.
3. Teori pengembangan hubungan berupa teori penetrasi sosial teori ini memfokuskan diri pada pengembangan hubungan. Hal ini terutama berkaitan dengan perilaku antarpribadi yang nyata dalam interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal.
4. Pengaruh, teori disonansi kognitif, teori keseimbangan, dan teori kesesuaian (Budyatna & Ganiem, 2011:188-271).

2.2.4. Peran Komunikasi Antarpribadi

Johnson menunjukkan beberapa peranan yang disumbangkan oleh komunikasi antarpribadi dalam rangka menciptakan kebahagiaan hidup manusia, yakni:

- a. Komunikasi antarpribadi membantu perkembangan intelektual dan sosial kita. semakin meluasnya ketergantungan kita pada orang lain. Diawali dengan atau komunikasi dengan pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Perkembangan intelektual dan sosial kita sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi kita dengan orang lain.
- b. Identitas atau jati diri kita terbentuk dalam dan lewat komunikasi dengan orang lain. Selama berkomunikasi dengan orang lain, secara sadar ataupun tidak sadar kita mengamati, memperhatikan dan mencatat dalam hati semua tanggapan yang diberikan orang lain terhadap diri kita. Kita

menjadi tahu bagaimana pandangan orang lain itu tentang diri kita. Berkat pertolongan komunikasi dengan orang lain kita dapat menemukan diri, yaitu mengetahui siapa diri kita sebenarnya

- c. Dalam rangka mengetahui realitas disekeliling kita serta menguji kesan-kesan dan pengertian yang kita miliki tentang dunia disekitar kita, kita perlu membandingkannya dengan kesan-kesan dan pengertian orang lain dan realitas yang sama. Tentu saja membandingkan sosial semacam itu hanya dapat kita lakukan melalui komunikasi dengan orang lain.
- d. Kesehatan mental kita juga sebagian besar ditentukan oleh kualitas komunikasi atau hubungan kita dengan orang lain, terlebih orang-orang yang merupakan tokoh-tokoh signifikan dalam hidup kita. Bila hubungan kita dengan orang lain diliputi berbagai masalah, maka tentu kita akan mendirita, merasa sedih, cemas, dan frustrasi. Bila kemudian kita menarik diri dan menghindari dari orang lain, maka rasa sepi dan terasing yang kita alami pun tentu akan menimbulkan penderitaan, bukan hanya penderitaan emosional atau batin, bahkan mungkin juga penderitaan fisik, (Supraktiknya, 2003:9-10).

2.2.5. Teknik Komunikasi Antarpribadi

Teknik komunikasi antarpribadi adalah berkomunikasi secara menarik dan jelas sehingga dapat dimengerti dan mencapai tujuan yang diharapkan didalam komunikasi. Teknik berbicara didalam berkomunikasi harus menyesuaikan diri diantara komunikator dan komunikan kepada pesanyang dipercakapkan.

- a. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi komunikan. Komunikasi persuasif dapat didefinisikan sebagai proses dan memengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi, (Rohim & Saiful 2009:18).
- b. Komunikasi koersif adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan ancaman atau sanksi untuk merubah sikap, opini atau tingkah laku.

Komunikasi informatif adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu sesuatu. Disini komuikator tidak mengharapkan efek apa-apa dari komunikan, semata-mata hanya agar komunikan tahu saja. Bahwa kemudian efeknya ada, apakah itu positif ataukah negative komunikator tidak mempersoalkanya, tapi sudah tentu ia mengarapkan efek positif, (Efendy, 2009:14).

2.3. Kepemimpinan

2.3.1. Defenisi Kepemimpinan

kepemimpinan adalah suatu perilaku dengan tujuan untuk memengaruhi aktivitas para anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama yang dirancang untuk memberikan manfaat invidu dan organisasi, sehingga dalam suatu organisasi kepemimpinan merupakan faktor yang sangat penting dalam

menentukan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi(Rivai, dkk 2014:2-3).

Kepemimpinan menurut para ahli:

1. Thoha mengatakan, kepemimpinan adalah aktivitas untuk mempengaruhi perilaku orang lain agar supaya mereka mau diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu (Rivai, dkk 2014:3).
2. Davis mengatakan, kepemimpinan adalah kemampuan untuk mengajak orang lain mencapai tujuan yang sudah ditentukan dengan penuh semangat (Rivai, dkk 2014:3).

1.3.2. Teori Kepemimpinan

Wursanto menyatakan enam teori sebagai berikut:

1. Teori Kelebihan, kelebihan yang harus dimiliki seorang pemimpin ada tiga yaitu: (1) Kelebihan dalam menggunakan pikiran dan kelebihan dalam memiliki pengetahuan tentang cara-cara menggerakkan organisasi serta mengambil keputusan secara tepat. (2) Kelebihan rohaniah. (3) Kelebihan badaniah.
2. Teori Sifat, seseorang yang dapat menjadi pemimpin yang baik apabila memiliki sifat –sifat yang lebih baik daripada yang dipimpin.
3. Teori Keturunan, seseorang dapat menjadi pemimpin karena keturunan atau warisan.
4. Teori Kharismatik, seseorang menjadi pemimpin karena mempunyai karisma (pengaruh) yang besar.
5. Teori Bakat, menyatakan bahwa pemimpin itu lahir karena bakat.

6. Teori Sosial, setiap orang bisa menjadi seorang pemimpin apabila ia diberi kesempatan.
7. Teori Kelompok, diantara pemimpin dan kelompok harus ada pertukaran yang positif untuk mencapai tujuan,
8. Teori Situasioanal, bahwa beberapa variabel-situasional mempunyai pengaruh terhadap kepemimpinan.
9. Model Kepemimpinan Kontijensi (Rivai, dkk, 2014:6-8).

1.3.3. Tugas dan Peran Pimpinan

1. Tugas Pemimpin adalah bertanggung jawab dan mempertanggungjawabkan (akuntabilitas). Seorang pemimpin bertanggung jawab untuk menyusun tugas, menjalankan tugas, mengadakan evaluasi, untuk mencapai *outcome* yang terbaik.
2. Peran pemimpin adalah peran hubungan antarperorangan, dalam kasus ini fungsinya sebagai pemimpin yang dicontoh, pembangun tim, pelatih, direktur, dan mentor konsultasi. Pimpinan juga berperan sebagai pembuat keputusan.

1.4. Pengertian Kepuasan Pelanggan

2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang. Sedangkan menurut parah ahli pengertian pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Greenberg, pelanggan adalah seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dsb berdasarkan keputusan mereka sendiri.
- b. Menurut Nasution, pelanggan adalah semua orang yang membeli suatu produk tertentu baik berupa barang atau jasa.

Menurut Gasperz pengertian pelanggan ada tiga, yaitu:

- a. Pelanggan internal, yaitu merupakan pelanggan yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan atau perusahaan kita.
- b. Pelanggan antara, yaitu merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai prantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.
- c. Pelanggan Eksternal, yaitu merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang disebut-sebut sebagai pelanggan nyata.

Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, (Kotler, 2014: 150).

Dari definisi tersebut dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan CV. Fajar Baru Medan dan apabila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan berujung kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas.

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa

atau barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan, (Barnes, 2003: 64).

2.4.2. Pengukur Kepuasan Pelanggan.

Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna untuk melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk keperluan pengembangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. (Kotler, 1999: 54) mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
2. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey berkala.
3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan). Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk melaporkan titik kuat maupun titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.
4. *Last customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan sebaiknya menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau

yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

BAB III

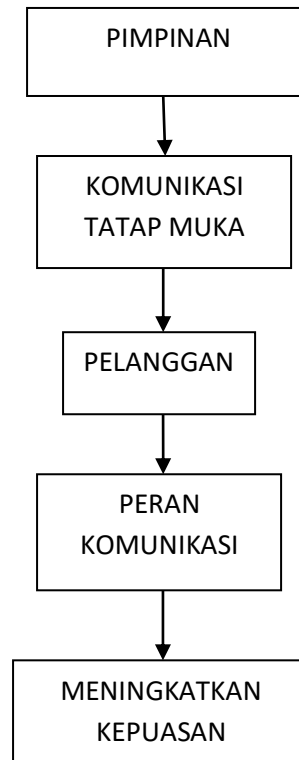
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung analisis. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara faktual dan akurat mengenai peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

3.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan ilmiah mengenai preposisi antarkonsep/antarkonstruksi atau peraturan/perhubungan antarvariabel penelitian. Pertautan atau hubungan antarvariabel ini penting dikemukakan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis. Dengan kata lain, hipotesis hanya boleh dikemukakan apabila terdapat penjelasan ilmiah mengenai pertautan atau perhubungan antarvariabel yang diteliti (Juliandi, 2015: 109)

Gambar I: Kerangka Konsep

3.3. Definisi Konsep

Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penulisan, adapun konsep uraian teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator untuk komunikannya secara verbal maupun nonverbal secara langsung tatap muka maupun melalui media.
- b. Komunikasi antarpribadi adalah Komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian pesan antara dua orang atau kelompok kecil secara

langsung baik itu pesan verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan feedback secara langsung (Muchtari 2018:3).

- c. Komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka antara pihak komunikator dan komunikan. Pesan disampaikan secara langsung dari komunikator, dan secara langsung dapat langsung menerima umpan balik atau feedback dari komunikan.
- d. kepemimpinan adalah suatu perilaku dengan tujuan untuk memengaruhi aktivitas para anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama yang dirancang untuk memberikan manfaat individu dan organisasi, sehingga dalam suatu organisasi kepemimpinan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi.
- e. Pelanggan adalah Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang.
- f. C.V Fajar Baru Medan adalah perusahaan yang bergerak didalam bidang konveksi dan bordir, yang berdiri sejak tahun 1993 sebagai pengusaha konveksi dan bordiran maka pimpinan memiliki tujuan yang terbaik untuk usaha yang telah didirikan sejak lama, tujuannya ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dengan hasil jaitan konveksi maupun bordiran komputer yang memuaskan, sehingga pelanggan tertarik untuk bekerja sama dengan C.V. Fajar Baru Medan.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tab 1: Kategorisasi Penelitian

No. Kategorisasi	Indikator
1. Komunikasi tatap muka Pimpinan CV. Fajar Baru Medan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	1. Pelayanan 2. Respon 3. Kinerja Karyawan 4. Produk 5. Kualitas

3.5. Informan/Narasumber

Informan atau narasumber merupakan yang terlibat dalam objek penelitian yang akan di manfaatkan oleh penulis dalam penelitiannya untuk menggali informasi terkait objek yang akan diteliti. Dalam konteks ini informan pada penelitian CV. Fajar Baru Medan adalah:

Adapun informan dalam penelitian ini ada 10 orang, satu orang adalah pemilik CV. Fajar Baru Medan, dan 4 orang lagi adalah karyawan di CV. Fajar Baru Medan. Serta 5 orang lagi adalah pelanggan setia CV. Fajar Baru Medan. Dikatan pelanggan disini ialah seseorang yang membeli sebuah produk atau jasa yang telah dibuat oleh CV. Fajar Baru Medan, dimana orang ini bukan hanya sekali berlangganan dan mempercayai jasa yang di tawarkan oleh CV. Fajar Baru Medan secara berulang-ulang.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi lisan yang dilakukan secara terstruktur oleh dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun jarak jauh, untuk membahas informasi tertentu guna untuk mencapai tujuan.
- b. Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan penelitian.
- c. Dokumentasi adalah aktivitas atau proses penyediaan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan berbagai sumber informasi.
- d. Studi Kepustakaan yaitu mengumpulkan, mempelajari, serta menyelesaikan beberapa teori-teori, kaidah-kaidah atau informasi yang didapat dari buku-buku. Dalam konteks ini peneliti akan mempelajari dan memahami pemahaman-pemahaman ilmiah yang terkait dengan komunikasi antarpribadi (tatap muka) sehingga nantinya penulisan hasil penelitian akan terarah dan fokus dalam lingkup ilmiah.

3.7. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitiannya adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu proses kualitatif yang mendasar pada adanya hubungan semantis antara variabel yang sedang diteleti.

Analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan mengikuti tahapan analisis sebagai berikut:

1. Mencatat hasil catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Menghubungkan dan membandingkan data dari lapangan dengan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen terhadap data tersebut, guna membagi konsep yang bermakna.
3. Menarik kesimpulan, melakukan berdasarkan hasil interpretasi dari data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini beralamatkan di CV. Fajar Baru Medan. Jl. A.R. Hakim No.62, Medan Area, Sukaramai I, Medan, Kota Medan, Sumatera Utara, berdekatan dengan pajak suka ramai. Waktu penelitian ini direncanakan pada bulan Januari hingga bulan Maret 2019 Mendatang.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

CV. adalah suatu bentuk badan usaha persekutuan yang didirikan oleh seseorang atau beberapa orang yang mempercayakan uang atau barang kepada seseorang atau beberapa orang yang menjalankan perusahaan dan bertindak sebagai pemimpin untuk mencapai tujuan bersama dengan tingkat keterlibatan yang berbeda-beda di antara anggotanya.

C.V Fajar Baru Medan adalah perusahaan yang bergerak dibidang konveksi dan bordir, yang telah berdiri sejak tahun 1993. Awal mula berdirinya sebuah CV,

terjadi karena pemilik usaha bordir ini memiliki hoby yang mengarah pada jahit-menjahit, sebelum menjadi sebuah CV, usaha ibu Herita Uncu hanyalah sebuah toko kecil yang senantiasa menunggu pelanggan datang untung mempercayakan jasa yang akan Ibu Herita Uncu tawarkan dan yang menjadi karyawannya adalah anak-anak dari pemilik CV. Fajar Baru Medan. Mereka masing-masing memiliki tugas yang berbeda. Hingga berjalanya waktu usaha yang mereka dirikan pun berkembang pesat, banyak konsumen yang menjadi pelanggan setia CV.Fajar Baru Medan.

sebagai pengusaha konveksi dan bordiran maka pimpinan memiliki tujuan yang terbaik untuk usaha yang telah didirikan sejak lama itu. Mengingat banyaknya persaingan yang ketat dalam dunia bordir khususnya di daerah Suka Ramai maka strategi komunikasi yang baik harus di terapkan oleh pimpinan CV. Fajar Baru Meda. Dengan menjaga kualitas bordiran dan jaitan konveksi serta tepat waktu dalam menyelesaikan pesanana pelanggan serta menjaga keharmonisan dengan pelanggan melalui komunikasi tatap muka, bertujuan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan baik, serta hasil jaitan konveksi maupu bordiran komputer yang memuaskan. Sehingga pelanggan tertarik untuk bekerja sama dengan C.V. Fajar Baru Medan secara berulang-ulang dan setia terhadap CV. Fajar Baru Med

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian yang dilakukan kurang lebih selama 2 (dua) bulan tentang permasalahan yang sudah ada dirumusan masalah pada bab I, yaitu komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan CV. Fajar Barun Medan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang diperoleh dengan hasil pengamatan, hasil wawancara, dan dokumentasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Metode kualitatif menghasilkan data yang berupa deskriptif kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang ada dilokasi penelitian. Peneliti dituntut untuk menggali data berdasarkan dengan apa yang terjadi dilapangan bukan berdasar apa yang dipikirkan oleh peneliti itu sendiri.

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Profil Narasumber

Adapun informan atau narasumber dalam penelitian ini ada 10 orang, satu adalah pimpinan CV. Fajar Baru Medan, 4 orang karyawan CV. Fajar Baru Medan, dan 5 orang adalah pelanggan setia CV. Fajar Baru Medan. Pelanggan adalah seseorang yang tidak hanya sekali membeli sebuah produk melainkan berkali-kali.

1. Peran Komunikasi Tatap Muka Pimpinan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

Dalam pembahasan data ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber terkait seputar peran komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh CV. Fajar Baru Medan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ibu Herita Uncu selaku pimpinan di CV. Fajar Baru Medan mengatakan bahwa CV. Fajar Baru adalah perusahaan yang bergerak dibidang bordir dan jahit-menjahit di Jl. A.R Hakim No.62, Medan Area, Sukaramai I., yang didirikan sejak tahun 1993 lamnaya. Berdirinya CV. Fajar Baru ini berawal dari usaha kecil-kecilan mulai membuka toko sampah tokoh serbaguna, dimana didalanya terdapat jenis barang yang bisa dijual dan menghasilkan rupiah.

Beberapa tahun kemudian pimpinan berputar haluan dari menjual barang serbaguna dan berpindah ke bisnis menjahit telkum menjual baju-baju dan masih banyak lagi, namun pada saat itu usahanya yang berjalan adalah telkung.banyak ibu-ibu yang akan berangkat haji dan menepah telkung dengan CV. Fajar Baru. Hari demi hari usaha yang mereka jalankan menjadi berkembang dan maju sehingga sekarang telah menjadi sebuah CV. Fajar Baru Medan. Tidak menutup kemungkinan strategi yang digunakan pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan berjalan dengan sempurna dan kunci dari itu semua adlah komunikasi tatap muka yang diperankan oleh pimpinan.

a. Pimpinan CV. Fajar Baru Medan

Nama : Herita Uncu

Jenis Kelamin: Perempuan

Agama : Islam

Usia : 60

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Sebagai Pimpinan CV. Fajar Baru Medan

b. Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Karyawan I

Nama : Maghfirah Ramadani

Jenis kelamin : perempuan

Agama : islam

Usia : 19 th

Pendidikan : SMK

Pekerjaan : Sebagai karyawan CV. Fajar Baru Medan

Karyawan II

Nama : Joko Prasetyo

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 24 th

Pendidikan : Mahasiswa

Pekerjaan : Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Karyawan III

Nama : Darma Afrianda

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 24 th

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Karyawan IV

Nama : Ardi

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 30 th

Pendidikan : SE

Pekerjaan : Ketua cabang CV. Fajar Baru Medan

Pelanggan I

Nama : Saskia Anggreani

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 20 th

Pendidikan : Mahasiswi

Pekerjaan : Sebagai Mahasiswi

Pelanggan II

Nama : Indiriani

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 21 th

Pendidikan : SMK

Pekerjaan : Karyawan Indomaret

Pelanggan III

Nama : Ibu Lisda
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Usia : 34 th
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Pelanggan IV

Nama : Legimin
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Usia : 41th
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Kades

Pelanggan V

Nama : Sukinah
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Usia : 38 th
Pendidikan : sanawiyah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (PKK)

a. Pelayanan

Pelayanan adalah menolong untuk menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain diantaranya ialah pembeli. Pelayanan dapat diberikan

kepada orang lain sebagai pertolongan yang dibutuhkan orang lain itu sendiri. Yang mana dengan pertolongan tersebut dapat membantu orang lain untuk mengatasi masalahnya.

Pelayanan merupakan kegiatan yang pelaksanaannya dilakukan dengan mengadakan hubungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap pengguna jasa pustaka (Agama, 2001: 122). Pelayanan yang baik adalah tujuan akhir yang ingin dicapai oleh perpustakaan. Seluruh kegiatan perpustakaan, mulai dari kepala perpustakaan sampai kepada semua unsur dan pustakawan, diharapkan dapat menciptakan suasana yang kondusif supaya pelayanan perpustakaan berjalan dengan baik.



Gambar I
Pimpinan CV. Fajar Baru Medan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap CV. Fajar Baru Medan, peneliti menanyakan mengenai jam layanan operasional dan bentuk pelayanan di CV. Fajar Baru Medan, Ibu Herita Uncu mengatakan CV. Fajar Baru Medan membuka layanan operasionalnya dari mulai pukul 08.00 pagi sampai

pukul 15.00 sore, tetapi untuk aktivitas orderan akan dilayani sampai pukul 20.00 malam sedangkan untuk karyawan *Fron Office* hanya sampai pukul 18.00 WIB. Pelayanan dilakukan mulai dari awal orderan, permintaan pelanggan seperti apa, atau estimasi waktu yang dibutuhkan seberapa lama, kita akan fokus dengan waktu, karena lebih cepat memenuhi keinginan pelanggan, akan semakin membuat baik bagi CV. Fajar Baru Medan.

Peneliti juga menanyakan seputar pelayanan dan cara pelayanan yang diberikan CV. Fajar baru medan kepada Dana, Darma, Joko dan Ardi mereka sebagai karyawan. Mereka mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan CV. Fajar Baru Medan telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan , dengan memberikan hasil bordir sesuai dengan apa yang pelanggan. CV. Fajar Baru Medan juga selalu memberikan pelayanan yang terbaik, mereka mengatakan sebagai karyawan mereka harus sopan dan ramah dalam menghadapi bebagai pelanggan serta memberikan hasil bordir dan jahitan yang rapih dan sesuai dengan permintaan pelanggan



Gambar II
Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Menurut Saskia, Indria, Ibu Lisda, Bapak Wagimin dan Ibu Sukinah sebagai pelanggan CV. Fajar Baru Medan mengatakan, pelayanan yang diberikan CV. Fajar Baru Medan sudah baik, jika ada pelayanan yang kurang memuaskan sedikit itu hal yang wajar tegas saudara Saskia. pimpinan maupun karyawan-karyawannya sangat menghargai dan sopan terhadap pelanggan. peneliti menemukan bahwa mereka tidak merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan.

b. Respon

Respon adalah setiap tingkah laku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respon) terhadap rangsangan atau stimulus atau suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut.

Dalam hal ini peneliti menanyakan hal tentang strategi untuk mendapatkan respon baik dan respon tidak baik dari pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Sebagai pimpinan Ibu Herita Uncu mengatakan, bahwa strategi yang saya gunakan itu lebih kepada kualitas, waktu, kinerja hasil bordir untuk membuat pelanggan agar tidak merasa kecewa, sebagai pimpinan berkomunikasi dengan pelanggan secara tatap muka itu sendiri sangat penting dan berpengaruh kepada CV saya. kita mengutamakan pelanggan yang sudah berkali-kali order dengan kita, tentu harga akan kami korting.

Selama ini CV. Fajar Baru Medan juga belum pernah tidak mendapatkan respon baik, karena apabila pelanggan itu kecewa respon kita harus lebih cepat dengan pelanggan tersebut, kita akan menanyakan kenapa bisa kecewa, untuk memperbaiki yang salah agar kedepannya lebih memperbaiki kesalahan.

Peneliti juga menanyakan hal tentang bagaimana komunikasi yang terjalin antara pimpinan karyawan dan pelanggan. Saskia sebagai pelanggan mengatakan, saya sering berkomunikasi secara langsung dengan pimpinan CV. Fajar Baru Medan, sebab saya rasa saya lebih mendapatkan kejelasan seputar soal bordir maupun pembuatan baju, mulai dari harga, ukursn, dan kain. Selain itu mereka juga memberika pelayan yang baik dan bertsnggung sawab atas segala kesalahanyang yang mereka timbulkan sendir, sehingga pelang tidak jera unruk mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja.

Indri juga mengatakan bahwa selama pelayanan yang diberikan CV/ Fajar Baru Medan itu sangat baik, hasil-hasil bordirnya juga rapi dan jelas. Komunikasi antara pimpinan dan karyawannya juga berlangsung dengan baik, mereka lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dengan berkomunikasi secara tatap muka dengan seorang pelanggan, sehingga saya yakin untuk terus bekerjasama dengannya.

c. Kinerja Karyawan

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Herita Uncu sebagai pimpinan CV. Fajar Baru Medan, biasa kita menilai kinerja karyawan untuk melihat seberapa disiplinnya dia dengan pekerjaan, jika karyawan disiplin dengan kehadirannya dan juga berproduktivitas itu akan kami berikan ve. Jika hasil kerja karyawan bagus pasti tetetap ada bonus, ujar Ibu Herita Uncu. Dari hasil penelitian peneliti juga melihat adanya kinerja karyawan yang dinilai untuk memotivasi karyawan itu sendiri, sebab hal itu dapat menguntungkan bagi karyawan dan perusahaan juga.

Karyawan menjadi lebih semangat dalam bekerja, dan produktifitas dengan hasil kerjanya.

Peneliti juga bertanya kepada beberapa karyawan tentang manfaat penilaian terhadap kinerja karyawan, menurut Joko, Darma, dan Dana mereka berkata, bahwa penilaian kinerja karyawan itu sangat berpengaruh besar bagi diri setiap karyawan, sehingga kami merasa hasil kerja kami lebih dihargai dan tidak dianggap sebelah mata, selain itupun adanya penilain kinerja karyawan ini dapat mepererat hubungan kami dengan perusahaan, karena kami akan mera ada tanggungjawab lebih untuk perusahaan tersebut.



Gambar III
Karyawan Bagian Mesin CV. Fajar Baru Medan



Gambar IV
Karyawan CV. Fajar Baru Medan

CV. Fajar Baru Medan juga sudah lama menerapkan tentang sistem penilaian kinerja karyawan, dan semua berjalan dengan baik, para karyawan sangat disiplin tentang sistem yang dibuat oleh pimpinan CV. Fajar Baru Medan.

Menurut Saskia sebagai pelanggan CV. Fajar Baru Medan, dia mengatakan bahwa karyawan CV. Fajar Baru Medan sopan dan ramah-ramah sehingga saya sebagai pelanggan sangat nyaman jika berhadapan dengan mereka selain itu karyawan di CV. Fajar Baru Medan juga sangat disiplin banyak karyawan yang mengejar target untuk mendapatkan gaji, jadi mereka saya lihat sangat bersemangat dalam bekerja.

d. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan kepada pasar

dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan dalam tingkat pengecer, produk sering disebut *marchhandise*.

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Herita Uncu sebagai Pimpinan CV. Fajar Baru Medan, mengenai produk atau jasa apa saja yang ditawarkan kepada pelanggan atau konsumen, serta bagaimana mempertahankan hasil bordir yang apik demi kepuasan pelanggan, terdiri dari beberapa penerimaan jasa seperti:

1. Jasa Bordir
2. Membuat Baju Seragam
3. Dan Membuat Lokasi serta Bordir Nama,dll

Ibu Herita Uncu mengatakan bahwa kita sekarang bergerak lebih kepada bordiran dan pembuatan seragam. Seragam yang bisa kami tawarkan itu misalnya seragam sekolah, seragam kerja, seragam komunitas, seragam organisasi, seragam partai dan seragam kantor. Kami juga menawarkan digitalprinting misalnya, gelas-gelas, pulpen, tas dan banyak lagi semua yang berhubungan dengan dengan cendra mata. Tapi sejauh ini kami lebih fokus ke seragam bordir lokasi dan nama serta membuat tas biasa yang sering membuat tas ada perusahaan seperti bank yang ada dikota Medan.



Gambar V
Hasil Bordir CV. Fajar Baru Medan

Cara kami mempertahankan hasil bordir yang apik demi kepuasan pelanggan biasa kami lebih fokus dengan film yang dibuat, misalnya kalau dalam bordiran ini, ada namanya hasil desain, desain kita itu ada suatu perangkat lunak sistem jaringan. Jadi sistem kita dalam meningkatkan kepuasan pelanggan kit dengan membuat setelan desain yang bagus dan rapi karena inti dari hasil bordir yang rapi dan bagus itu dari sebuah desain, jika desainnya tidak bagus maka hasil bordir yang dihasilkan juga tidak akan efektif, pasti akan ada masalah. Desain sangat berpengaruh besar bagi hasil bordir.

Peneliti juga menanyakan mengenai hal terkait penerimaan barang melalui karyawan atau langsung dengan pimpinan, jawaban setiap karyawan yang peneliti wawancara itu sama. Salah satunya saudari Dana mengatakan, ada beberapa item yang langsung dengan pimpinan kami, tapi biasanya yang langsung kepimpinan kami itu adalah pelanggan yang sudah lama berkerja sama dengan CV. Fajar Baru

Medan atau bisa disebut pelanggan tetap. Namun apabila ada konsumen baru yang datang untuk menanyakan seputar bordir atau membuat baju seragam, pasti itu akan melalui terlebih dahulu karena saya sebagai karyawan di CV. Fajar Baru Medan. Kemudian jika konsumen ingin berjumpa dan komunikasi secara langsung dengan pimpinan kami maka akan kami rahkan dan kami konfirmasi ke Pimpinan kami.

Peneliti juga menanyakan hal mengenai bagaimana menjalankan mesin bordir agar mendapatkan hasil bordir yang rapi, saudara Joko mengatakan, menjalankan mesin bordir ini tidak mudah bagi yang belum paham, tapi akan terasa mudah bagi siapa saja yang sudah biasa menjalankan mesin bordir ujar saudara Joko. Jika kita ingin menghasilkan hasil bordir yang rapi dan jelas jika sudah dalam tahap dalam mesin maka yang harus diperhatikan adalah kecepatan mesin bordir serta benang, karena apa bila kita tidak memperhatikan mesin bordir disaat beroperasi kita akan mengalami kesalahn misalnya putus benag, putus jarum, maka hal itu akan mempengaruhi hasil bordir yang rapi dan jela.

Peneliti juga menanyakan hal mengenai kepuasan mereka terhadap produk dan jasa yang merekapercayakan kepada CV. Fajar Baru Medan. Salah satu pelanggan CV. Fajar Baru yang saya wawancara dengan saudara saskia mengatakan, berhubung saya seorang mahasiswa dan mengikuti kegiatan kampus yaitu suatu organisasi maka saya sering membuat seragam organisasi lengkap dengan semua atributnya seperti bordir nama dan logo. Hasil bordir yang dihasilkan itu sangat bagus dan hasil jahitan baju seragamnya pun sangat rapi, tidak ada kerusakan yang saya temukan. Sejauh ini sih saya sangat puas dengan

hasil bordir yang di hasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan dan sejauh ini belum pernah kecewa.



Gambar VI
Proses Pembuatan Bordir

e. Kualitas

Kualitas produk memiliki pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, tepatan, kemudahan pengoprasian dan reparaasi produk, juga atribut produk lainnya, (Kotler dan Amstrong, 2014:11).

Kualits produk ataupun hasil bordir yang ditawarkan memiliki ketertarikan dalam mengelola hubungan yang baik dengan pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Adanya hubungan timbal balik antara CV. Fajar Baru Medan dengan pelanggan akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada presepsi pelanggan. Maka CV. Fajar Baru

Medan dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan, melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan pelanggan dalam melihat kepuasan hasil bordir yang dibuat oleh CV. Fajar Baru Medan.



Gambar VII
Komputer Mesin Bordir

Peneliti juga bertanya mengenai kualitas hasil produk, kepada pimpinan CV. Fajar Baru Medan. Ibu Herita Uncu Mengatakan, bicara tentang mempertahankan kualitas hasil produk itu adalah soal tentang “ada rupa ada harga” kenapa saya bisa mengatakan begitu, karena kita memang menjaga kualitas hasil produk yang kita buat, bisa dibilang harga kami lebih tinggi sedikit, karena kita tidak pernah bermain dibenaang ketebalan, setelan benang, maksud dari kata bermain benag disini adalah mengakal-akali agar supaya biaya yang kami keluarkan untuk benang tidak terlalu tinggi demi keuntungan kita sendiri dan merugikan pelanggan.

Kita selalu mengatakan kepada pelanggan bahwa ada rupa ada harga, karena hasil bordir maupun jahitan yang kami hasilkan itu minimalisir mungkin adanya terjadi kesalahan. Jadi kalau memang menginginkan hasil bordir yang bagus dengan kualitas yang semaksimal mungkin wajar, bila harga kita lebih tinggi, karena kita desain sesuai dengan standarisasi komputer jadi hasil akan sesuai. Satu lagi yang menjadi unsur terpentingnya dalam menhhasilkan bordir yang rapi ialah hasil desain yang dibuat.



Gambar VIII
Mesin Bordir



Gambar IX
Karyawan dan Pelanggan



Gambar X

Karyawan CV. Fajar Baru Medan

2.4. Pembahasan

CV. Fajar Baru Medan adalah suatu usaha yang bergerak dibidang bordir komputer dan jahitan, mereka menawarkan beberapa jasa kepada konsumen maupun pelanggan yang sudah sering berkerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan. Pelanggan adalah raja, begitu pentingnya menjaga kepuasan pelangga. Dengan cara memeberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan berkomunikasi secara langsung itu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Fajar Baru Medan. Kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan hal yang sangat perlu

untuk dikuasi oleh seorang pemimpin karena pimpinan sangat berperan penting bagi kesuksesan perusahaannya sendiri.

Dari hasil penelitian peneliti mendapatkan titik terang dari permasalahan yang terjadi di dalam CV. Fajar Baru Medan. Dari berbagai narasumber yang peneliti wawancara, hampir semua mengatakan bahwa komunikasi pimpinan secara langsung atau tatap muka itu akan lebih efektif dan memuaskan para pelanggan dan transaksi bisa berjalan dengan lancar. Sebab mereka akan mendapatkan info yang sebenarnya terkait bordir dan juga tempahan baju seragam. Seperti mulai dari harga, ukuran, warna, dll.

Komunikasi Tatap Muka yang ada pada CV. Fajar Baru Medan, sudah cukup efektif karena setiap pelanggan yang datang selalu dilayani oleh pimpinan dengan cara berkomunikasi secara tatap muka, sehingga pelanggan lebih nyaman dan paham mengenai seputar bordir dan jahitan baju seragam. Bisa dikatakan seperti itu karena menurut hasil riset hampir semua pelanggan yang peneliti wawancara semua mengatakan bahwa hasil bordir yang dihasilkan oleh CV Fajar Baru Medan sangat rapi dan sesuai dengan permintaan pelanggan, komunikasi yang disampaikan oleh pimpinan kepada pelanggan juga sangat efektif dengan cara melalui komunikasi secara tatap muka.

Ternyata dalam pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan sudah dalam tingkat terbaik karena menurut riset, rata-rata pelanggan yang berkerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan selalu mendapatkan kepuasan dengan pelayanan maupun dengan hasil bordir yang diberikan kepada pelanggan.

CV. Fajar Baru Medan. Selain itu CV. Fajar Baru Medan juga memberikan bingkisan bagi yang sudah menjadi pelanggan setia CV. Fajar Baru Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Komunikasi tatap muka Pimpinan CV. Fajar Baru Medan dalam meningkatkan kepuasan Pelanggan sudah terlaksanakan. Hal tersebut sudah terlihat dari Pimpinan yang berkomunikasi langsung atau tatap muka kepada pelanggan, Pelanggan juga merasa puas dengan sistem yang dijalankan oleh CV. Fajar Baru Medan.
2. Pimpinan melakukan penilaian kinerja karyawan untuk memotivasi agar karyawan lebih nerproduktivitas dalam pekerjaanya, selain menguntungkan bagi perusahaan iru sendiri, penilaian ini juga menguntungkan bagi karyawan CV. Fajar Baru Medan.
3. Dengan adanya komunikasi yang baik yang dilakukan oleh Pimpinan CV. Fajar Baru Medan maka akan berdampak baik dan juga dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

5.2. Saran

1. Komunikasi itu sangat penting. Maka, pimpinan CV. Fajar Baru Medan harus mempertahankan komunikasi yang baik dengan Pelanggan maupun dengan Karyawan.
2. Untuk kenyamanan Pelangan maka pelayanan harus ditingkatkan demi mmeningkatkan kepuasan Pelanggan CV. Fajar Baru Medan.

3. Pimpinan harus memberikan sanksi kepada karyawan yang telat masuk jam kerja, karena jika itu terjadi terus-menerus maka sistem dalam CV. Fajar Baru Medan tidak akan berjalan dengan baik.
4. Diharapkan agar selalu mempertahankan dan menjaga kualitas hasil bordir yang apik, karena ini sangat berpengaruh bagi perusahaan itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bajari, Atwar & Saragih, Sahala tua. 2013 *Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Budyatna, Muhammad. 2015. *Teori-teori mengenai Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Preanamedia Group.
- Budyatna, Muhammad & Ganiem, Mona, L. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Handoko, Hani. 2003. *Manajemen, Yogyakarta*: BPFE-Yogyakarta.
- Harapan, Edi dan Ahmad, Syarwani. 2014. *komunikasi antarpribadi: perilaku insani dalam organisasi pendidikan*. Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Harapan, Edi dan Ahmad, Syarwani. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Kholil, Syukur. 2015. *Komunikasi dalam Perspektif Islam*. Antologi Kajian Islam Bandung: Citra Pustaka Media
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Muchtar, Rusdi. 2018. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi :Individu hingga Massa*. Jakarta: penerbit Kencana Prenadamedia Group.

Rivai, Veithzal, dkk. 2014. *Pimpinan dan Kepemimpinan dalam Organisasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Wiryanto. 2004. *pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sumber lain:

<https://sofiaribowo.wordpress.com/2013/06/22/pengertian-jenis-dan-proses-komunikasi/>

<https://enjourm.wordpress.com/2011/04/27/komunikasi-tatap-muka-vs-komunikasi-bermedia/>

<http://pusspaadewi.blogspot.com/2013/03/tujuan-komunkasi-dan-komunikasi-tatap.html?m=1>

<https://www.ngelmu.co/pengertian-cv-unsur-ciri-tujuan-kelebihan-dan-kelemahan-cv/>

Pimpinan CV. Fajar Baru Medan

Nama : Herita Uncu

Jenis Kelamin: Perempuan

Agama : Islam

Usia : 54

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Sebagai Pimpinan CV. Fajar Baru Medan

Penulis : Jam berapa biasanya CV. Fajar Baru Medan membuka layanan operasionalnya?

Pimpinan : kita itu beroperasi dari jam 08.00 pagi sampai jam 17.00 sore, untuk aktivitas penerimaan orderan. Tapi tetap dilayani sampai jam 20.00 malam. untuk karyawan produksi biasanya sampai dengan jam 20.00 malam namun untuk karyawan front office kita hanya sampai jam 18.00 sore saja.

Penulis : bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan CV. Fajar Baru Medan dalam melayani konsumen atau pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

Pimpinan : biasa kita pelayanan dari awal orderan, permintaanya seperti apa kebutuhanya seperti apa, atau estimasi waktu yang dibutuhkan seberapa lama, kita fokusnya lebih diwaktu ya, tergantung

permintaan pelanggan seperti apa, lebih cepat memenuhi keinginan pelanggan itu akan semakin baik untuk CV kami.

Penulis : Strategi apa yang dilakukan pimpinan CV. Fajar Baru Medan demi mendapatkan respon baik dari setiap pelanggan?

Pimpinan : strategi yang kita gunakan itu lebih kepada kualitas terus juga diwaktu dan juga kinerja hasil produksi untuk membuat agar pelanggan itu tidak kecewa, dan komunikasi itu sendiri sangat berpengaruh, jika respon kita bagus, tentu respon pelanggan juga bagus. kita lebih mengutamakan pelanggan misalnya masalah harga, apabila permintaan pelanggan itu banyak dan sudah langganan dengan kita tentu harga akan kami kurangi. Intinya komunikasi dengan pelanggan secara langsung itu lebih baik.

Penulis : Apakah sejauh ini ketika CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan pernah mendapatkan respon tidak baik yang merugikan CV. Fajar Baru Medan?

Pimpinan : Selama ini berjalan alhamdulillah belum pernah ya, karena kita kalo seandainya pelanggan itu kecewa respon kita lebih insten dengan pelanggan tersebut, masalah apa ni yang membuat dia kecewa? Jadi kita bisa untuk kedepannya lebih memperbaiki kesalahan

Penulis : Bagaiman CV. Fajar Baru Medan melakukan penilaian kinerja karyawan guna meningkatkan kepuasan pelanggan?

Pimpinan : biasa kita melihat jam datang dia bagaimana, kinerja dia serius atau main-main dan cara dia menceker kerjaan itu atau, biasa di bordir ada setelan benang bagus atau tidak, jadi kita tetap kontrol kalo seandainya hasil perkerjaan dari karyawan kita yang kurang maksimal tetap kita tegur dan di beri peringatan kemudian kita kasih masukan untuk memperbaiki lagi demi pelanggan agar tidak kecewa.

Penulis : Apakah ada dampak dari hasil penilaian kinerja karyawan terhadap produktivitas karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pimpinan : Tentu, seandainya hasil kinerja karyawannya bagus, pasti tetap itu ada bonus. Ada sistem kita seandainya karyawan tidak pernah terlambat juga loyal terhadap perusahaan kita tetap akan sediakan bonus tertentu untuk karyawan yang berproduktivitas, dan yang paling penting bisa menjaga jam kerjanya itu paling penting.

Penulis : Jasa penawaran apa saja yang CV. Fajar Baru Medan tawarkan kepada pelanggan ataupun konsumen?

Pimpinan : kita sekarang bergerak lebih kebordiran serta pembuatan seragam, seragam itu bisa untuk seragam kantor, sekolah, terus digitalprinting tu bisa gelas-gelas, pulpen dan banyak lagi pokoknya hal-hal yang berhubungan dengan cendais gitu.

Penulis : Bagaiman mempertahankan hasil bordir yang apik, guna memberikan kepuasan pelanggan?

Pimpinan : kalo kita di bordiran ini ada namanya hasil desain. Desain kita itu ada dicorel, corel kita itu namanya diwilkom. Jadi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan itu jadi kita setelah di desain nya itu yang kita perbaiki jadi kalau seandainya setelah bordirannya itu bagus, pasti hasil mesin juga bagus, hasil desain sangat berpengaruh besar dengan hasil bordiran.

Penulis : Bagaimana CV. Fajar Baru Medan mempertahankan kualitas hasil bordir yang apik?

Pimpinan : ada rupa ada harga, kenapa kita bisa dibilang harganya lebih tinggi sedikit, karena kita tidak pernah bermain di benang ketebalan, setelah benang, kita selalu bilang ke pelanggan ada rupa ada harga, jadi kalau mau hasil yang maksimal, bagus ya wajar harga kita lebih mahal, karena setelah benang kita buat tebal.

Penulis : Apakah hasil desain akan menjamin kualitas hasil bordir?

Pimpinan : Hasil desain itu sangat berpengaruh pada kualitas hasil bordir atau pun jahitan, karena semua tergantung pada pendesain apabila desain bagus di mesin juga akan bagus.

Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Karyawan I

Nama : Maghfirah Ramadani

Jenis kelamin : perempuan

Agama : islam

Usia : 19 th

Pendidikan : SMK

Pekerjaan : Sebagai karyawan CV. Fajar Baru Medan

Penulis : apakah pelayan di CV. Fajar Baru Medan sudah memenuhi keinginan pelanggan?

Karyawan : saya sebagai karyawan CV. Fajar Baru Medan, kemungkinan kami telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Karena kami memberikan hasil bordir sesuai dengan apa yang mereka inginkan sehingga pelanggan tidak pernah kumplen

Penulis : sebagai karyawan bagaimana cara anda memberikan pelayanan yang layak untuk setiap pelanggan CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan :kami selalu memberikan pelayanan yang sopan dan ramah yang bisa membuat kami akrab dengan pelanggan dan kami memberikan contoh-contoh bordir sesuai dengan apa yang akan pelanggan order dan selama saya menjadi karyawan CV. Fajar Baru Medan saya tidak pernah menukan pelanggan yang merugikan kami

alhamdulillah pelanggan selalu memberikan dampak positif bagi CV kami.

Penulis : Bagaimana menurut anda agar CV. Fajar Baru Medan mendapatkan respon baik dari pelanggan?

Karyawan : mungkin saya akan memberikan tindakan yang baik, agar pelangga merasa nyaman dengan pelayanan yang kami berikan dan kami akan melakukan sebaik mungkin untuk memberika sevis terbaik dari kami.

Penulis : apakah adanya penilaian kinerja karyawan memberikan motivasi diri anda yang menguntungkan bagi anda dan CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan : iya itu pasti ya, karena dalam bentuk apapun pekerjaan, ketika diadakanya penilaian kinerja karyawan tentu kami sebagai karyawan akan lebih termotivasi untuk lebih baik lagi. Sehingga, kami dapat memberikan yang terbaik untuk pelanggan mau CV. Fajar Baru itu sendiri.

Penulis : apakah adanya penilaian kinerja karyawan dapat memberikan motivasi diri anda yang dapat menguntungkan perusahaan dan anda sendiri?

Karyawan : iya pastinya. Saya menjadi lebih rajin ya dalam mengerjakan semua pekerjaan dan itu menguntungkan saya dan juga menguntungkan CV kami.

Penulis : bagaimana komunikasi pimpinan CV. Fajar Baru Medan dengan karyawannya? Apakah bisa meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri?

Karyawan : sejauh ini komunikasi kami dengan pimpinan masih berjalan dengan baik, pimpinan kami pun selalu memberika masukan-masukan sehingga kami mendapatkan pengertian baru tentang dunia bordir. Intinya pimpinan kami tidak sombong.

Penulis : apakah setiap penerimaan barang atau jasa dari pelanggan melalui anda atau langsung dengan pimpinan?

Karyawan : ada beberapa item yang langsung dengan pimpinan. Tapi biasanya yang langsung dengan pimpinan kami bisanya itu sudah menjadi pelanggan tetap CV. Fajar Baru Medan. gselebihnya memlalui kami dahulu baru akan kami konfirmasi kepada pimpinan.

Penulis : bagaiman cara anda menjalankan mesin bordir CV. Fajar Baru Medan secara efektif agar memberikan hasil bordir yang mksimal?

Karyawan : kebetulan itu bkan bagian saya jadi sayang kurang tau, karena saya bagian pembukuan.

Penulis : apakah benang, jarum, dan juga kecepatan mesin bordir, sangat berpengaruh untuk kualitas hasil bordir?

Karyawan : tentu sangat berpengaruh, mereka saling berkaitan satu sama lain, namun jika kecepatan mesin lebih tinggi itu tidak akan baik dengan hasil bordir, karena beresiko benang akan mudah putus.

Penulis : berapa unit mesin bordir yang dimiliki CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan : Ada sekitar 5 unit masing-masingnya 3 unit 12 kepala, dan 2 unit lagi 6 kepala.

Karyawan II

Nama : Joko Prasetyo

Jenis kelamin : Lai-laki

Agama : Islam

Usia : 24 th

Pendidikan : Mahasiswa

Pekerjaan : Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Penulis : apakah pelayanan di CV. Fajar Baru medan sudah memenuhi keinginan pelanggan?

Karyawan : saya sebagai karyawan, kebetulan saya bagian mesin, jadi saya tidak melayani pelanggan. Tapi, sejauh ini yang saya lihat kami telah cukup memberikan pelayanan kepada pelanggan kami.

Penulis : sebagai karyawan bagaimana anda memberikan pelayanan yang layak untuk setiap pelanggan CV. Fajar Baru Medan ?

Karyawan : Mungkin karena saya bagian mesin, cara pelayanan saya itu mungkin dengan memberikan hasil bordir yang maksimal dan secepat mungkin.

Penulis : bagaimana menurut anda agar CV. Fajar Baru Medan mendapatkan respon baik dari setiap pelanggan?

Karyawan : yang dengan cara kami harus memperbaiki setiap kesalahan yang membuat pelanggan menjadi tidak puas.

Penulis : apakah setiap hasil bordir yang dihasilkan selalu mendapatkan respon baik dari pelanggan?

Karyawan : Namanya kerja pasti pernah salah, tapi sejauh ini sih, lebih banyak yang merasa puas daripada yang enggak.

Penulis : apakah adanya penilaian kinerja karyawan dapat memberikan motivasi diri anda yang menguntungkan bagi anda dan juga CV. Fajar Baru Medan.

Karyawan : tentu iya, pastinya saya juga lebih semangat lagi dalam bekerja, karena pimpinan kami juga akan memberika vi bagi kami yang mencapai target.

Penulis :bagaiman komunikasi pimpinan CV. Fajar Baru Medan dengan karyawannya? Apakah bisa meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri?

Karyawan : sejauh ini komunikasi dengan pimpinan baik-baik saja, pimpinan selalu berinteraksi dengan kami mengenai soal bordir

Penulis : apakah setiap penerimaan barang atau jasa dari pelanggan melalui anda atau langsung dengan pimpinan?

Karyawan : biasa melalu bagian pembukuan, tapi, terkadang pelanggan lebih nyamam apa bila dengan pimpinan

Penulis : bagaimana cara anda menjalankan mesin bordir CV. Fajar Baru Medan secara efektif agar memberikan hasil bordir yang mksimal?

Karyawan : dengan meperhatikan benang dan kecepatan mesin Bordir.

Penulis : apakah benang, jarum, dan juga kecepatan mesin bordir, sangat berpengaruh untuk kualitas hasil bordir?

Karyawan : iya, karena jika benang pemutus, maka hasil bordir kurang maksimal

Penulis : berapa unit mesin bordir yang dimiliki CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan : ada sekitar 5 unit.

Karyawan III

Nama : Darma Afrianda

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 24 th

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Karyawan CV. Fajar Baru Medan

Penulis : apakah pelayanan di CV. Fajar Baru medan sudah memenuhi keinginan pelanggan?

Karyawan : berhubung saya bagian mesin saya kurang tahu tentang pelayanan, karena posisi saya di belakang tidak didepan

Penulis : sebagai karyawan bagaimana anda memberika pelayanan yang layak untuk setiap pelanggan CV. Fajar Baru Medan ?

Karyawan : ya paling kalau saya cara memeberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cara hasil bordir yang saya kerjakan

Penulis : bagaiman menurut anda agar CV. Fajar Baru Medan mendapatkan respon baik dari setiap pelnggan?

Karyawan : menurut saya dengan memberikan pelayanan serta hasil bordir dan jahitan yang bagus.

Penulis : apakah setiap hasil bordir yang dihasilkan selalu mendapatkan respon baik dari pelanggan?

Karyawan : sejauh ini sih baik-baik saja dan mendapatkan respon baik.

Penulis : apakah adanya penilaian kinerja karyawan dapat memberikan motivasi diri anda yang menguntungkan bagi anda dan juga CV. Fajar Baru Medan.

Karyawan : iya tentu, karena memotivasi diri saya agar lebih rajin dalam bekerja, dan sistem di CV. Fajar Baru Medan ini juga bisa dikatakan disiplin. Sebab, kalau kami telat masuk maka akan di potong 500 perak permenitnya.

Penulis : bagaimana komunikasi pimpinan CV. Fajar Baru Medan dengan karyawannya? Apakah bisa meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri?

Karyawan : komunikasi kami dengan pimpinan baik, kami selalu berinteraksi seputar tentang orderan bordir maupun jahitan.

Penulis : apakah setiap penerimaan barang atau jasa dari pelanggan melalui anda atau langsung dengan pimpinan?

Karyawan : pernah juga langsung ke saya, tapi lebih sering ke pimpinan langsung

Penulis : bagaiman cara anda menjalankan mesin bordir CV. Fajar Baru Medan secara efektif agar memberikan hasil bordir yang mksimal?

Karyawan : dengan memperhatikan benang, warna benang, dan kecepatan mesin bordir.

Penulis : apakah benang, jarum, dan juga kecepatan mesin bordir, sangat berpengaruh untuk kualitas hasil bordir?

Karyawan : iya tentu kalau misalnya jarum nya patah, maka mesin akan berhenti beroperasi sehingga akan mengulang titiknya

Penulis : berapa unit mesin bordir yang dimiliki CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan : sama seperti jawaban teman saya, CV. Fajar Baru Medan memiliki 5 unit mesin Bordir Komputer.

Karyawan IV

Nama : Ardi

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 30 th

Pendidikan : SE

Pekerjaan : Ketua cabang CV. Fajar Baru Medan

Penulis : apakah pelayanan di CV. Fajar Baru medan sudah memenuhi keinginan pelanggan?

Karyawan : kalau pekerjaan saya sering keluar untuk mencari orderan dan menjumpai pelanggan-pelanggan. Jadi, kalo soal pelayanan saya kurang tahu, tapi sejauh ini pelayanan yang kami berikan cukup memuaskan pelanggan kami.

Penulis : sebagai karyawan bagaimana anda memberikan pelayanan yang layak untuk setiap pelanggan CV. Fajar Baru Medan ?

Karyawan : kalau saya dengan cara berkomunikasi dengan baik, ramah murah senyum. Itu kunci pertama agar pelanggan merasa puas.

Penulis : bagaimana menurut anda agar CV. Fajar Baru Medan mendapatkan respon baik dari setiap pelanggan?

Karyawan : menurut saya dengan meningkatkan kinerja kami serta pelayanan kami dengan hasil bordir yang memuaskan agar kami mendapat respon baik.

Penulis : apakah setiap hasil bordir yang dihasilkan selalu mendapatkan respon baik dari pelanggan?

Karyawan : tidak juga, terkadang ada sebagian pelanggan yang komentar dengan hasil bordir atau jahitan kami. Tapi, itu semua tidak kami

anggap suatu persoalan yang serius, sebab dari komentar-komentar kami jadi tahu dimana letak kesalahan kami, sehingga kami akan mudan untuk menjadi lebih baik lagi.

Penulis : apakah adanya penilaian kinerja karyawan dapat memberikan motivasi diri anda yang menguntungkan bagi anda dan juga CV. Fajar Baru Medan.

Karyawan : iya tentu, itu menjadi salah satu tujuan saya, apa bila tidak orderan maka kami pun tidak akan bekerja, sehingga kami termotivasi untuk menghasilkan bordiran yang baik, sehingga pelanggan puas dan akan terus bekerja sama dengan kami. Karena menjaga kepuasan pelanggan itu sangat penting.

Penulis : bagaimana komunikasi pimpinan CV. Fajar Baru Medan dengan karyawannya? Apakah bisa meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri?

Karyawan : komunikasi dengan pimpinan sangat baik, kami selalu memberikan masukan begitu juga dengan pimpinan kami.

Penulis : apakah setiap penerimaan barang atau jasa dari pelanggan melalui anda atau langsung dengan pimpinan?

Karyawan : kalau soal penerimaan barang orderan biasa sering dengan saya, karena pimpinan sudah mempercayakan saya agar melayani pelanggan yang akan memesan orderan.

Penulis : bagaimana cara anda menjalankan mesin bordir CV. Fajar Baru Medan secara efektif agar memberikan hasil bordir yang maksimal?

Karyawan : kalau saya sudah jarang menjalan kan mesin ya, soalnya saya lebih banyak keluar untuk menacari konsumen maupun belanja kain atau benang.

Penulis : apakah benang, jarum, dan juga kecepatan mesin bordir, sangat berpengaruh untuk kualitas hasil bordir?

Karyawan : tentu sangat berpengaruh, jika benang sering putus maka hasil bordir tidak akan maksimal bisa dikatakan tidak memenuhi kepuasan pelanggan.

Penulis : berapa unit kepala mesin bordir yang dimiliki CV. Fajar Baru Medan?

Karyawan : CV. Fajar Baru Medan memiliki 5 unit mesin bordir komputer dengan masing- masing 12 kepala.

Pelanggan I

Nama : Saskia Anggreani

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 20 th

Pendidikan : Mahasiswi

Pekerjaan : Sebagai Mahasiswi

Pelanggan CV. Fajar Baru Medan

Penulis : selama anda bekerja sama dengan CV. Fajar Baru Medan, apakah ada pelayanan yang membuat anda tidak nyaman?

Pelanggan : saya rasa tidak ada ya, mungkin orderan selesainya tidak sesuai yg saya inginkan sedikit meleset itu sih saya rasa wajar ya.

Penulis : bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : menurut saya pelayanan baik, saya cukup puas dengan semua pelayanan cara mereka berkomunikasi saya sangat merasa di hargai dan di perlakukan baik dengan pimpinan maupun karyawannya.

Penulis : bagaimana anda berkomunikasi dengan pimpinan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : saya sering berkomunikasi langsung dengan pimpinan CV. Fajar Baru, sebab saya rasa saya lebih mendapatkan kejelasan seputar soal bordir maupun pembuatan baju, mulai dari harga, ukuran, kain, serta warna jika dengan ke pimpinan kita akan jauh lebih paham dan mendapatkan info yang efektif

Penulis : apakah sebagai pelanggan anda mendapatkan kepuasan dalam pelayanan mau pun hasil bordir sehingga anda masih mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anada?

Pelanggan : dulu pernah saya sedikit kecewa, tapi karena mereka bertanggung jawab dan mereka memberikan servis yang baim serta rama sehingga itu tidak menjadi masalah bagi saya, tapi alhamdulillah sejauh ini tidak pernah lagi sya merasa kecewa, dan saya sangat puas untu semua hasil bordir maupun jahitanya.

Penulis : bagaimana penilaian anda mengenai kinerja karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kalau yag saya lihat mereka cukup disiplin mengenai pekerjaan ya dan sistem mereka juga berjalan dengan baik sepertinya.

Penulis : apakah setiap karyawan CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelangganya?

Pelanggan : sejauh ini baik-baik saja, tapi terkadang sedikit tidak mau tauh sih, tapi itu tidak maslah bagi saya, selagi komunikasi pimpinan dengan saya itu baik, ya saya pun nyaman-nyaman saja.

Penulis : jenis jasa apa yang sering anda percayakan kepada pihak CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : biasa sih saya sering membuat baju lengkap dengan bordirannya, seperti baju orgnisasi dan logo organisasi

Penulis : bagaimana menurut anda hasil bordir yang dihasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan, apakah anda sering puas atau malah sering kecewa?

Pelanggan : hasil bordirnya bagus dan hasil jahitannya juga nyaman di pakai dan sejauh ini saya puas-puas saja.

Penulis : bagaimana menurut anda kualitas hasil bordirran di CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kualitasnya baik, hasil jahitannya juga tahan, pokoknya saya tidak pernah kecewa lah

Penulis : apakah anda puas sudah mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda dengan hasil bordir yang efektif?

Pelanggan : sangat puas dan saya akan terus menjadi pelanggan CV. Fajar Baru Medan

Pelanggan II

Nama : indiriani

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 21 th

Pendidikan : SMK

Pekerjaan : Karyawan Indomaret

Penulis : selama anda bekerja sama dengan CV. Fajar Baru Medan, apakah ada pelayanan yang membuat anda tidak nyaman?

Pelanggan : tidak ada. Saya selalu mera puas dengan hasil bordirnya

Penulis : bagaimana pendapat anda mengenai pelyanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : pendapat saya, pelayanan yang diberikan kepada saya dari CV. Fajar Baru Medan sangat baik.

Penulis : bagaiman anda berkomunikasi dengan pimpmnan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan :komunikasi dengan pimpinan CV. Fajar Baru Medan sangat lancar dan penjelasan yang diberikan kepada saya sangat mudah untuk saya pahami sehingga saya yakin untuk bekerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan.

Penulis : apakah sebagai pelanggan anda mendapatkan kepuasan dalam pelayanan mau pun hasil bordir sehingga anda masih mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anada?

Pelanggan : iya, saya mendapatkan kepuasan selama bekerjasama dengan CV. Fajar Bru Medan

Penulis : bagaimana penilaian anda mengenai kinerja karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kinerja karyawannya bagus, tepat waktu, serta rapi dan hasilnya sesuai disain yang saya inginkan

Penulis : apakah setiap karyawan CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelangganya?

Pelanggan :iya, mereka sangat menjaga kepuasan pelanggan mereka mengutamakan pelyanan dan mempertahankan hasil bordir dan jahitan yang rapih.

Penulis : jenis jasa apa yang sering anda percayakan kepada pihak CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : jasa dalam proses penjahitan seperti saya membuat baju seragam atau komunitas dan logo-logo serta bordiran lainnya.

Penulis : bagaimana menurut anda hasil bordir yang dihasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan, apakah anda sering puas atau malah sering kecewa?

Pelanggan : hasil yang saya dapat selama bekerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan serung kepuasan yang sya dapatkan.

Penulis : bagaimana menurut anda kualitas hasil bordirran di CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : menurut saya kualitas sangat baik dan rapi

Penulis : apakah anda puas sudah mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda dengan hasil bordir yang efektif?

Pelanggan : sangat puas dan sayang sudah nyaman berkerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan.

Pelanggan III

Nama : Ibu Lisda

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 34 th

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Penulis : selama anda bekerja sama dengan CV. Fajar Baru Medan, apakah ada pelayanan yang membuat anda tidak nyaman?

Pelanggan : iya saya sangat puas

Penulis : bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : pendapat saya pelayanan bagus tapi semoga kedepannya bisa lebih baik lagi dalam melayani pelanggan.

Penulis : bagaimana anda berkomunikasi dengan pimpnan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan :saya sering berkomunikasi langsung dari pada melalui handpone, karena komunikasi langsung saya rasa itu lebih efektif.

Penulis : apakah sebagai pelanggan anda mendapatkan kepuasan dalam pelayanan mau pun hasil bordir sehingga anda masih mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anada?

Pelanggan : iya tentu. Karena itu sampai sekarang saya masih mempercayakan CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra saya.

Penulis : bagaimana penilaian anda mengenai kinerja karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : mereka disiplin terhadap kerjaan

Penulis : apakah setiap karyawan CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelangganya?

Pelanggan : tidak semua memebrika pelayanan ya, karena sebagian karyawan itu berada di belakang untuk mengoprasikan mesin bordir.

Penulis : jenis jasa apa yang sering anda percayakan kepada pihak CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : paling sya sering membuat nama anak sekolah

Penulis : bagaimana menurut anda hasil bordir yang dihasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan, apakah anda sering puas atau malah sering kecewa?

Pelanggan : rapih, jelas dan tidak banyak benang yang terlihat tidak rapih. Dan saya puas dengan hasilnya

Penulis : bagaimana menurut anda kualitas hasil bordirran di CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : baik ya, terkadang malah di kasih bonus satu

Penulis : apakah anda puas sudah mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda dengan hasil bordir yang efektif?

Pelanggan : sangat puas dan sama sekali tidak menyesal karena sudah bekerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan.

Pelanggan IV

Nama : Legimin

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 41th

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Kades

Penulis : selama anda bekerja sama dengan CV. Fajar Baru Medan, apakah ada pelayanan yang membuat anda tidak nyaman?

Pelanggan : sejauh ini sih, saya tidak pernah mendapatkan pelayanan yang tidak memuaskan dan saya selalu merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan.

Penulis : bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : seperti yang saya katakan tadi, pelayanan nya sudah bagus baik, orang-orang didalamnya baik ramah dan sopan

Penulis : bagaimana anda berkomunikasi dengan pimpinan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : saya berkomunikasi dengan pimpinan CV. Fajar Baru Medan secara langsung, sebab jika melalui media, saya rasa perbincangan kami tidak jelas sehingga saya tidak mendapatkan informasi yang jelas mengenai bordir dan jahitan baju.

Penulis : apakah sebagai pelanggan anda mendapatkan kepuasan dalam pelayanan mau pun hasil bordir sehingga anda masih mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda?

Pelanggan : kalau kepuasan dalam pelayanan sangat puas, kalau kepuasan hasil bordir atau jahitan sangat puas, karena apa yang saya minta hasilnya sesuai dengan apa yang saya mau.

Penulis : bagaimana penilaian anda mengenai kinerja karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan :kinerja karyawanya baik, mereka disiplin dslam bekerja

Penulis : apakah setiap karyawan CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelangganya?

Pelanggan :tidsk semua memberikan pelayanan, karena sebagaia karyawan berada di belakang untuk menjalankan mesin bordir.

Penulis : jenis jasa apa yang sering anda percayakan kepada pihak CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kemarin saya baru membuat baju seragam ibu-ibu PKK, hasil jahitan dan modelnya kami sangat puas, bahkan ada rencana saya ingin menempah baju seragam lagi.

Penulis : bagaimana menurut anda hasil bordir yang dihasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan, apakah anda sering puas atau malah sering kecewa?

Pelanggan : kebetulan saya jarang membordir, tapi dulu pernah hasilnya sangat rapih dan jelas

Penulis : bagaimana menurut anda kualitas hasil bordirran di CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kualitas hasil bordir sangat rapi dan tahan ya.

Penulis : apakah anda puas sudah mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda dengan hasil bordir yang efektif?

Pelanggan : sangat puas tentunya, sebab baru kali ini saya mendapati usaha bordir yang mau sepenuhnya bertanggungjawab jika kesalahan terjadi dari pihak CV. Fajar Baru Medan.

Pelanggan V

Nama : Sukinah

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 38 th

Pendidikan : sanawiyah

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (PKK)

Penulis : selama anda bekerja sama dengan CV. Fajar Baru Medan, apakah ada pelayanan yang membuat anda tidak nyaman?

Pelanggan : tidak ada, saya selalu merasa puas dengan setiap pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan.

Penulis : bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : pelayanan sangat baik, nyaman, orangnya ramah-ramah dan pimpinanya tidak sombong.

Penulis : bagaimana anda berkomunikasi dengan pimpnan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : berhubung saya jauh, ini karena kebetulan saya ada waktu untuk datang langsung dan melihat CV. Fajar Baru Medan, biasanya sya berkomunikasi dengan pimpinan via whatsapp atau pun telpon, tapi setelah saya berkomunikasi secara langsung dengan pimpinan saya meras lebih jelas dan paham maksud dan tujuan saya. misalnya maslah harga, kain maupun soal ukuran lebih jelas kalau dibicarakan secara langung.

Penulis : apakah sebagai pelanggan anda mendapatkan kepuasan dalam pelayanan mau pun hasil bordir sehingga anda masih mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anada?

Pelanggan : sangat puas dan hasil bordirpun sangat rapih

Penulis : bagaimana penilaian anda mengenai kinerja karyawan CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kinerja karyawanya baik, mereka disiplin dalam bekerja.

Penulis : apakah setiap karyawan CV. Fajar Baru Medan memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelangganya?

Pelanggan : iyaa mereka sangat peka dengan apa yang diinginkan seorang pelanggan, mereka tidak sombong mereka ramah2 karena kunci kesuksesan dalqm membuat kepuasan pelanggan ya dengan cara sederhana itu.

Penulis : jenis jasa apa yang sering anda percayakan kepada pihak CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : saya sering memesan aju olahraga untuk Ibu-ibu PKK yang tiap minggunya mengadakan senam, sejauh ini sih tidak pernah kecewa sudah bekerjasama dengan CV. Fajar Baru Medan.

Penulis : bagaimana menurut anda hasil bordir yang dihasilkan oleh CV. Fajar Baru Medan, apakah anda sering puas atau malah sering kecewa?

Pelanggan : sangat rapih, jahitannya pun rapih

Penulis : bagaimana menurut anda kualitas hasil bordirran di CV. Fajar Baru Medan?

Pelanggan : kualitas hasil jahitannya kuat ya, saya sangat berterimakasih sudah memberikan yang terbaik

Penulis : apakah anda puas sudah mempercayai CV. Fajar Baru Medan sebagai mitra kerja anda dengan hasil bordir yang efektif?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 09 Desember 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : INDAH LEITARI
 N P M : 1602110231
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,30

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Peran komunikasi tatap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Jajar Baru Medan.	✓ 4/12-18
2	Opini public terkait pembongkaran perit yang tak kunjung usai di desa belukra jl. veteran	
3	Makna tradisi tingkepan pada masyarakat Jawa desa sidomakmur pasar 6 Medan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
- Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

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

Rekomendasi Ketua Jurusan :
 diteruskan kepada Dekan untuk
 penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 09 Desember 2018

Ketua,

Husni

Pemohon,

[Signature]

(... INDAH LEITARI ...)

PA: Irwan Yari Tanjung

4/12/2018



idias of Terpercaya

Kind of paper distribution
galiya

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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 11.069/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **04 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **INDAH LESTARI**
N P M : 1503110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2018/2019
Judul Skripsi : **PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR
BARU MEDAN**
Pembimbing : IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 04 Desember 2019

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 04 Rabiul Akhir 1440 H
12 Desember 2018 M



Dekan

Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



UMSU
terpercaya

Unggah di eRepublika

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

or : 264/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019
iran : -,-
: *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 10 Jumadil Akhir 1440 H
15 Februari 2019 M

da Yth : **Pimpinan CV. Fajar Baru Medan**

mpat.

inillahirahmanirrahim
amu'alaikum Wr.Wb

ing salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan
a aktivitas yang telah direncanakan

k memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu
kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

na Mahasiswa : **INDAH LESTARI**
M : 1503110231
gram Studi : Ilmu Komunikasi
rester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2018/2019
ul Skripsi : **PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR BARU
MEDAN**

kianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
un minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



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



FAJAR BARU

FAJAR BARU
Konsultasi & Promosi

JLN. AR HAKIM NO 62 MEDAN- SUMUT Kode Pos : 20216

TELP : 061 – 7331965 HP : 0821-6150-6777 / 0852-7119-5996

Email : fajarbaru.bordirhelvetia@yahoo.co.id

nomor : 125/FB-03/2019

keperluan :

Kepada Yth.

**Bapak DEKAN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

di –

MEDAN

Yang terhormat,

Sehubungan dengan surat Bapak No : 264/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019 tentang seorang mahasiswa :

Nama : **INDAH LESTARI**

NPM : 1503110231

P. Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : **PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR BARU
MEDAN**

Untuk melaksanakan Penelitian dalam Rangka Penulisan Skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Sehubungan dengan ini kami sampaikan bahwa CV. Fajar Baru Menerima kehadiran mahasiswa tersebut dan telah melaksanakan penelitian di CV. Fajar Baru Medan

Sehubungan dengan Surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,


FAJAR BARU
Konsultasi & Promosi
160-6777 - 0852-7119-5996
CV. FAJAR BARU



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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Terpercaya
 agar disetujui

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

kepada Yth.

Medan, 02 JANUARI 2019.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : INDAH LESTARI
 N P M : 1503110231
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

menyampaikan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Pembimbing No. 069/SK/II.3/UMSU-03/F/20.18 tanggal 04 DESEMBER 2018 dengan judul sebagai berikut :

PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM
MEMINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV . FAJAR BARU MEDAN

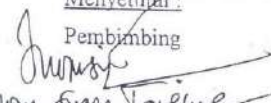
Selama permohonan ini saya lampirkan :

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

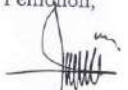
Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing


Noni Syah Tarling

Pemohon,


INDAH LESTARI

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 022/JUND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 11 Januari 2019
 Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Gedung C Ruang 208 C
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJUT	PEMIMBING	JUDUL SKRIPSI
6	INDAH LESTARI	1503110231	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR BARU MEDAN
7	NURUL RIZKY PUTRI	1503110176	CORRY NOVIRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	NUR RAHMAH AMINI, S.Ag., M.Ag.	BENTUK KOMUNIKASI PIMPINAN TRAVEL ARMINAREKA CABANG SIBOLGA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT UNTUK BERUMROH DAN HAJI
8	RIZKY ADE RYANDA	1503110184	RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dra. DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D.	STRATEGI PROMOSI PRODUK MEJUBEL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI CV. CITRA JEPARA FURNITURE PEMATANG SIANTAR
9	FIRDA NUZULI NASUTION	1503110104	RAHMANITA GINTING, Ph.D.	CORRY NOVIRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	PENGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD
10	DEA RAHMA RIANA PUTRI HUTASUHUT	1503110011	RAHMANITA GINTING, Ph.D.	ASMAWITA AM, Lc., M.A., Hj.	KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MY BURGER COFFEE DI MEDAN

Medan, 03 Januari 2019 H
 09 Januari 2019 M





UINdonesia
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 Beradab dan Terpercaya
 Survei ini agar disebutkan
 tujuannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : *INDAH LESTARI*
 N P M : *1503110231*
 Jurusan : *Ilmu Komunikasi*
 Judul Skripsi : *Peran komunikasi tetap muka pimpinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan cv. jagur Baru Medan.*

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	<i>09/12 2019</i>	<i>ACC judul</i>	<i>JH</i>
2.	<i>10/12 2019</i>	<i>Bimbingan revisi proposal skripsi</i>	<i>JH</i>
3.	<i>12/12 2019</i>	<i>Revisi proposal skripsi</i>	<i>JH</i>
4.	<i>08/02 2019</i>	<i>Bimbingan dan acc draft wawancara.</i>	<i>JH</i>
5.	<i>19/02 2019</i>	<i>Bimbingan Bab <u>IV</u>, <u>V</u></i>	<i>JH</i>
6.	<i>22/02 2019</i>	<i>Bimbingan Revisi <u>IV</u>, <u>V</u></i>	<i>JH</i>
7.	<i>25/02 2019</i>	<i>Bimbingan dan Revisi Bab <u>V</u></i>	<i>JH</i>
8.	<i>06/02 2019</i>	<i>Bimbingan, Revisi Abstrak, cover dan kata pengantar.</i>	<i>JH</i>
9.	<i>09/03 2019</i>	<i>ACC sidang skripsi</i>	<i>JH</i>

Medan, *09-03-*.....2019.....

Dekan,

 Dr. *Asipri Salch Saam SP*

Ketua Program Studi,

 (NURHATAMA NARUTION, S.Sos. M.I. Kom (Nura Syari Tanjung))

Pembimbing ke *Skripsi*,

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
 Unggul Cerdas Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
 Nomor : 398/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

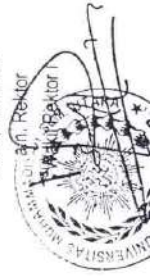
Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Sabtu, 16 Maret 2019
 Waktu : 07.45 W/ib s.d. selesai
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1.	MUHAMAD FADIL FARIZKI	1503110051	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NUR RAHMA AMINI, S.Ag, MA	OPINI ORANGTUA DALAM MENANGGAPI HALAL-HARAMNYA VAKSIN MR DAN RUBELLA UNTUK IMUNISASI ANAK DI DESA KLAMBRIV KEBUN
2.	MHD. INDRAN PRANATA	1503110259	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	NUR RAHMA AMINI, S.Ag, MA	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, M.AP.	EKSISTENSI BADAN METEOROLOGI, KLIMATOLOGI DAN GEOFISIKA WILAYAH I MEDAN DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI DAN PERINGATAN DINI BENCANA ALAM
3.	IRFAN INDRAN MURYAWAN	1503110017	Dr. RUDIANTO, M.Si	Dr. ANANG ANAS AZHAR, MA	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	PEMANFAATAN VISUAL E-FLYER DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGIKLAN
4.	KIKI NOVRIANSYAH	1503110133	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	DEWI KURNIAWATI, HU, Ph.D	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN OLEH PEMERINTAH DESA DALAM MEMBANGUN INFRASTRUKTUR DI DESA SECURAI UTARA KEC. BABALAN
5.	INDAH LESTARI	1503110231	RAHMANITA GINTING, HU, Ph.D	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, M.AP.	PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR BARU MEDAN

Dis. Sidang

Medan, 07 Rajab 1440 H
 14 Maret 2019 M

Ditandatangani oleh :



Ketua,
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Panitia Ujian



Sekretaris

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Indah Lestari
Tempat, Tanggal Lahir : Sidorejo/ 26 April 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl Veteran No. 4 Pasar 4Helvetia

Data Orang Tua

Nama Ayah : Parmin
Nama Ibu : Minarni
Alamat : Duri

Pendidikan

2003-2008 : SD Negeri 18 Balai Raja
2008-2011 : Pesantren Al Jauhar
2011-2014 : SMA Negeri 4 Mandau
2015-2019 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 13 Maret 2019

Penulis



Indah Lestari
1503110231