

**PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM
PENYELESAIAN KOMPLAIN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada CV Glory Victory Dikota Medan)**

SKRIPSI

Oleh:

DESTRI PRAGA SIAGIAN

NPM : 1403110081

Program Studi : IlmuKomunikasi

Konsentrasi: Humas



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2018

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 : **DESTRI PRAGA SIAGIAN**
N P M : 1403110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 14 September 2018
W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Drs. Zulfahmi, M.I.Kom**
PENGUJI II : **Nur Rahma Amini, S.Ag, MA**
PENGUJI III : **Drs. Bahrum Jamil, MAP**

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIPIN SALEH, S.Sos, MSP

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 : **DESTRI PRAGA SIAGIAN**
N.P.M : 1403110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN
DALAM PENYELESAIAN KOMPLAIN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN CV. GLORY
VICTORY DI KOTA MEDAN)**

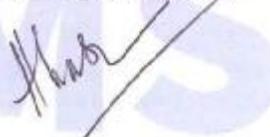
Medan, 14 September 2018

Dosen Pembimbing



Drs. BAHRUM JAMIL, MAP

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



NURHASANAH NASUTION, M.I.KOM

Dekan,



Dr. ARIED SALEH, S.Sos, MSP

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya DESTRI PRAGA SIAGIAN, NPM 1403110081, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, meniplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan disuatu 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 disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, Desember 2018

Yang menyatakan



DESTRI PRAGA SIAGIAN



Dasar & Kepercayaan

Dokumen ini agar disebutkan
tanggalnya

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 : DESTRI PRAGA SIAGIAN.
NPM : 1403110081.
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI.
Judul Skripsi : PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM PENYELESAIAN
KOMPLAINT. (Studi Kasus Pada Perusahaan CV GLORY VICTORI dikota Medan)

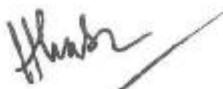
No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	24-April-2018 31-Mei-2018	Penetapan judul skripsi.	by
2.	12-05-2018	Bimbingan proposal skripsi.	by
3.	18-05-2018	Bimbingan revisi proposal skripsi.	by
4.	21-05-2018	Bimbingan revisi proposal skripsi.	by
5.	6-juni-2018	Bimbingan pertanyaan wawancara. untuk mengisi bab IV & V skripsi.	by
6.	20-sept-2018	Bimbingan skripsi bab IV & V.	by
7.	1-okt-2018	Bimbingan skripsi.	by
8.	9-okt-2018	Bimbingan skripsi.	by

Medan, 09 - OKTOBER 2018 ..

Dekan,


Dr. Anfiq Saleh Msp.

Ketua Program Studi,


Hurhasahah Met S.Sgs. Mkom (Drs. Bahrum Jamil, m Ap.

Pembimbing ke :



ABSTRAK

PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM PENYELESAIAN KOMPLAIN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN CV. GLORY VICTORY DIKOTA MEDAN)

OLEH :

DESTRI PRAGA SIAGIAN

1403110081

Penelitian ini berjudul “Proses Komunikasi Organisasi Pimpinan dalam Penyelesaian Komplain Pelanggan (Studi Kasus pada Perusahaan CV. Glory Victory di kota Medan)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisa secara rinci proses komunikasi organisasi perusahaan CV. Glory Victory dalam menangani keluhan pelanggannya. Seorang pimpinan harus siap dalam menghadapi apabila terjadi suatu permasalahan berupa sebuah komplain terhadap pelanggan dan harus memiliki ide serta solusi dalam menyelesaikan masalah komplain tersebut. Dibutuhkan suatu kerja sama antara seorang admin perusahaan dan pimpinan agar permasalahan komplain dari perusahaan lain tidak melebar ke perusahaan yang lain.

Dalam penelitian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif. Penelitian ini dilakukan CV. Glory Victory kota Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi organisasi pimpinan membutuhkan seorang pemimpin yang bijaksana dan mengambil peran dalam membantu apabila terjadi suatu permasalahan. Cerdas, cermat, dan solusi merupakan syarat utama apabila terjadi suatu masalah berupa komplain dari pelanggan, jangan panik dan berani untuk bertanggung jawab atas apa yang sudah diperbuat karena apabila gagal itu akan dapat merugikan baik perusahaan itu sendiri, diri kita sendiri, dan perusahaan yang ikut bekerja sama.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Pimpinan, Komplain Pelanggan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan teknologi seperti saat ini.

Skripsi saya yang berjudul "PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENYELESAIAN PELANGGAN" (Studi kasus pada perusahaan CV GLORY VICTORY di Kota Medan) diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata 1 (S-1) Jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Berjuang tidak terlepas dari suntingan semangat dari orang-orang yang kita sayangi dan kita cintai. Pada kesempatan ini penulis sertakan ucapan terima kasih yang tak terhingga yang sangat istimewa untuk kedua orang tua saya Ayahanda **Tanjilun Siagi** dan Ibunda **Iyang** yang saya sayangi dan cintai yang selalu mendoakan penulis, membimbing, serta memberi motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Arifin Saleh S.sos.,Msp, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Bahrum Jamil M.Ap, selaku Pembimbing penulis yang bersedia memberi masukan dan arahan positif dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Eldy Nugraha, selaku Humas yang dapat menyediakan waktu penulis untuk riset di CV GLORY di Kota Medan.
6. CV GLORY VICTORY di Kota Medan sebagai tempat penulis akan melakukan riset.
7. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membimbing penulis.
8. Teristimewa kepada orang tua dan keluarga yang telah banyak memberikan dukungan serta bantuan selama penulis melakukan penelitian hingga saat ini dan yang terpenting doa yang tidak pernah putus dari kedua orang tua penulis untuk kesuksesan penulis dalam segala bidang.
9. Teman-teman sepermainan, seperjuangan, terkhusus saudara yang baru kenal di semester 3 Anantha Ditratama dan Gita Nurul Ramadhani yang sudah dianggap saudara sendiri yang selalu memberikan support agar untuk tidak menyerah.
10. Dan pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam laporan skripsi ini sehingga penulis bersedia menerima saran dan kritikan dari pihak yang membacanya.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi yang membacanya juga dapat menjadi referensi yang baik untuk pembuatan laporan skripsi kedepannya. SAY NO TO PLAGIAT, Terima kasih.

Medan, 12 Oktober 2018

Penulis,

Destri Praga Siagian

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan	
Abstrak	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vii
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. SistematikaPenulisan	5
BAB II. URAIAN TEORITIS	6
2.1. Komunikasi	6
2.1.1. Pengertian Komunikasi	6
2.1.2. Teknik Komunikasi	8
2.1.3. Fungsi Komunikasi	8
2.1.4. Bentuk-Bentuk Komunikasi	10
2.1.5. Proses Komunikasi	11
2.1.6. Unsur-Unsur Komunikasi	12
2.1.7. Hambatan-Hambatan Komunikasi	14
2.1.8. Munculnya Kesalahpahaman Komunikasi	16

2.1.9. Cara Memperbaiki Komunikasi	17
2.2. Komunikasi Organisasi	18
2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi	18
2.2.2. Aspek-Aspek Komunikasi Organisasi	19
2.2.3. Tujuan Komunikasi Organisasi	21
2.2.4. Jaringan Komunikasi Organisasi	22
2.2.5. Konsep Komunikasi Organisasi	23
2.3. Pemimpin	25
2.3.1. Pengertian Pemimpin	25
2.3.2. Karakter Pemimpin	26
2.3.3. Dimensi Pimpinan	28
2.4. Komplain	29
2.4.1. Pengertian Komplain	29
2.4.2. Tujuan Komplain	29
2.4.3. Jenis-Jenis Komplain	30
2.4.4. Menangani Komplain Pelanggan	31
BAB III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Kerangka Konsep.....	33
3.3. Definisi Konsep	35
3.4. Katagerisasi	36
3.5. Narasumber	39
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.7. Teknik Analisis Data.....	40
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
BAB IV. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	42
4.1. Hasil Pengolahan	42
4.2. Hasil Penelitian	43
4.3. Pembahasan.....	58
BAB V. PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, sebab dengan komunikasi seseorang dapat menyampaikan pesan satu sama lain secara verbal maupun non verbal, secara tatap muka maupun melalui media yang sudah ada dan berkembang saat ini. Adanya komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan karena tujuan utama dalam mempelajari komunikasi adalah untuk memperbaiki komunikasi. Selain itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara atasan dengan karyawan atau komunikasi internal yang berasal instansi dan organisasi tersebut. Selain komunikasi, sebuah sifat kepemimpinan juga penting dalam menjalankan sebuah organisasi. Sebagai seorang pemimpin harus siap dalam menanggapi permasalahan yang ada didalam organisasinya. Disaat karyawan tidak bisa mengatasi permasalahan, pemimpin harus siap ikut turun dalam menyelesaikannya, apabila sedikit kesalahan dalam memberi pelayanan akan mengundang keluhan dari masyarakat dan akan menimbulkan penilaian yang buruk terhadap organisasi.

Adanya sebuah kontak yang terkait antara komunikasi dan organisasi berasal dari manusia-manusia yang ikut serta dalam pencapaian organisasi dan memiliki seorang pemimpin yang ikut membantu dalam menanggapi permasalahan yang terjadi dalam organisasinya. Menurut Hasibuan (2011:157), pemimpin adalah seseorang yang mempergunakan wewenang dan

kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Kartono (2010:18) pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan dan kelebihan di satu bidang sehingga dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi pencapaian satu atau beberapa tujuan. Dengan kata lain arti dari seorang pemimpin itu harus memiliki konsep ataupun pandangan untuk mencapai sebuah tujuan dan memiliki keterampilan dalam menyelesaikan sebuah komplain.

Dalam organisasi tidak mungkin mulus begitu saja dalam mencapai sebuah tujuan. Dalam perjalanannya pasti memiliki sebuah permasalahan baik itu interal ataupun bisa dari eksternal sendiri. Karena sebuah permasalahan tidak bisa timbul begitu saja tanpa ada permasalahan yang akan jadi sebuah komplain yang akan membuat pelanggan menjadi gelisah dengan permasalahan yang terjadi. Komplain pelanggan adalah *feedback* atau umpan balik dari pelanggan yang cenderung bersifat negatif yang ditujukan kepada perusahaan atau organisasi, keluhan pelanggan bisa dilakukan secara lisan ataupun tertulis (Bell & Luddington, 2006:18). Komplain pelanggan menurut Rusadi (2004:56) merupakan ungkapan dari ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen. Keluhan pelanggan adalah hal yang tidak dapat dianggap remeh karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen. Keluhan pelanggan membutuhkan penanggulangan segera agar perusahaan dapat mengatasi dengan

cepat apa yang menjadi penyebab ketidaksukaan pelanggan. Diharapkan pada akhirnya dimasa selanjutnya tidak ada lagi.

Sebuah komunikasi juga bisa menjadi dasar dalam menyelesaikan sebuah komplain pelanggan, dimana dengan berkomunikasi yang baik dan menggunakan seorang pemimpin yang turun dalam menyelesaikannya akan menimbulkan kesan bahwa komplain tersebut akan selesai. Perusahaan atau pun organisasi pasti memiliki seorang pemimpin yang diambil dari dasar-dasar penilaian karyawan. Komunikasi dalam organisasi menjadi faktor pendorong untuk menjadi suatu keberhasilan. Goldhaber dalam (Romli, 2014:13) mengatakan bahwa *“organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty”*. Jadi, berdasarkan definisi tersebut komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan dan diberi batasan sebagai arus pesan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

CV.Glory Victory Medan merupakan salah perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan export makanan *animal feed (coconut expeller)*. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang untuk menjualkan suatu produk kepada pelanggan senantiasa memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya demi mendapatkan kepuasan diantara keduanya baik penjual dan pelanggan. Dalam memberikan pelayanan, pimpinan perusahaan CV.Glory Victory sering menerima komplain dari para pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan.

Untuk menangani keluhan-keluhan tersebut, CV.Glory Victory harus berusaha maksimal untuk menyelesaikan permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut demi menjaga kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan tersebut harus benar-benar menerapkan manajemen komplain yang tepat agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: “Bagaimanakah proses komunikasi organisasi dalam menyelesaikan sebuah komplain pelanggan?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi organisasi dalam penyelesaian komplain pelanggan di CV.Glory Victory.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seorang pimpinan dalam bidang pengetahuan dan wawasan untuk mengetahui proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan baik di perusahaan dan organisasi.

b. Secara akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara khususnya

dalam rangka menilai seorang pimpinan baik dalam sebuah organisasi ataupun instansi.

c. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan teoritis tentang komunikasi dan cara menyelesaikan komplain pelanggan diperusahaan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I: Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: Merupakan uraian teoritis yang menguraikan proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan(studi kasus pada perusahaan CV. GLORY VICTORY kota Medan).

BAB III: Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, operasionalisasi konsep, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penulisan serta sistematika penulisan.

BAB IV: Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil dan pembahasan.

BAB V: Merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama, di sini maksudnya salah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informatif juga presuasif, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas mengerti dan mengetahui, tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik, maka komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala komunikasi secara ontologis (pengertian), aksiologis (proses), dan epistemologis (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan perasaan yang disadari (Effendy, 2011:54). Komunikasi adalah Menurut Wursanto (2001:31) komunikasi adalah proses kegiatan dalam memberikan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan

saling pengertian. Berlo (dalam Erliana Hasan, 2005:18) mengemukakan komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.

Pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Hal ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Baran, 2012:5), komunikasi adalah transmisi pesan dari satu sumber kepada penerima. Selama 60 tahun, pandangan tentang komunikasi ini telah didefinisikan melalui tulisan ilmuwan politik. Ia mengatakan bahwa cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini:

- a. Siapa?
- b. Berkata apa?
- c. Melalui saluran apa?
- d. Kepada siapa?
- e. Dengan efek apa?

Harold D. Laswell (Cangara, 2004: 18) juga menambahkan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan ialah dengan menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi atau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek.

2.1.2. Teknik Komunikasi

Dalam menyampaikan sebuah informasi ke orang lain tidak bisa semudah yang kita pikirkan karena dibutuhkan pendekatan dalam menyampaikannya. Berikut teknik dalam berkomunikasi:

a. Komunikasi Informatif

Teknik komunikasi dengan menyampaikan pesan secara berulang-ulang untuk memberikan informasi kepada komunikan. Proses komunikasi ini satu arah, dari pihak komunikator kepada komunikan dalam rangka penyebaran informasi.

b. Komunikasi Persuasif

Komunikasi yang dilakukan dengan cara halus dan membujuk komunikan.

c. Hubungan Manusiawi

Teknik komunikasi yang memperhatikan nilai-nilai etis untuk menciptakan suasana atau iklim komunikasi yang manusiawi. (Aw Suranto, 2010:43).

2.1.3. Fungsi Komunikasi

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial

dengan orang disekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Scheidel, tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita dengan penyampain yang menyesuaikan fakta yang terjadi (Mulyana, 2010 : 4).

Berikut ini kita akan membahas empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gorden (Mulyana, 2010 : 7). Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya meskipun terdapat suatu fungsi yang domain.

a. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif erat kaitannya dengan fungsi komunikasi sosial yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.

c. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Ritual sering merupakan peristiwa, misalnya mencium tangan kedua orang tua kita ketika hendak berpergian. Atau bahkan acara-acara besar seperti semacam lamaran, perayaan Idul Fitri, dan pernikahan.

d. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum. Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi yang berfungsi menerangkan atau memberitahukan (*to inform*) mengandung muatan persuasi dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikan adalah kebenaran.

2.1.4. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut Effendy (2002:6), bentuk-bentuk komunikasi terdapat empat macam yaitu:

- a. Komunikasi Intra Pribadi adalah proses komunikasi dalam diri seseorang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem saraf.
- b. Komunikasi Antar Pribadi adalah proses penyampaian paduan dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain agar mengetahui, mengerti dan melakukan kegiatan tertentu.

- c. Komunikasi Kelompok adalah penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada sejumlah komunikan untuk mengubah sikap, pandangan atau perilakunya.
- d. Komunikasi Massa adalah suatu proses penyampaian informasi atau pesan-pesan yang ditujukan kepada khalayak massa dengan karakter tertentu. Sedangkan media massa hanya salah satu komponen atau sarana yang memungkinkan berlangsungnya proses.

2.1.5. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Yang menjadi permasalahan ialah bagaimana caranya agar “*gambaran dalam benak*” dan “*isi kesadaran*” pada komunikator itu dapat dimengerti, diterima dan bahkan dilakukan oleh komunikan (Effendy, 2005:11).

Menurut Sunarto (2003 : 16-17) terdapat tiga unsur penting dalam proses komunikasi yang dilakukan dalam komunikasi, yaitu :

- a. Sumber (*source*), disini sumber atau komunikator adalah bagian pelayanan santunan.
- b. Pesan (*massage*), dapat berupa ucapan atau pesan-pesan atau lambang-lambang.
- c. Sasaran (*destination*), adalah korban atau ahli waris korban (Klaimen).

2.1.6. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi dapat berjalan baik dan lancar jika pesan yang disampaikan seseorang yang didasari dengan tujuan tertentu dapat diterimanya dengan baik dan dimengerti. Suksesnya suatu komunikasi apabila dalam penyampaiannya menyertakan unsur-unsur berikut:

a. Sumber (*source*)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau source, sender atau encoder.

b. Pesan (*message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda. Sering disebut juga sebagai message, content atau informasi.

c. Media (*channel*)

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi, panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Termasuk juga telepon, surat kabar dan media massa lainnya. Media massa, jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka

berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Hafied Cangara, 2008;123-126).

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima biasanya terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai bahkan negara. Sering juga disebut sebagai khalayak, sasaran, komunikan atau audience. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

e. Efek

Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini biasa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Tanggapan Balik

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

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat

macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu (Cangara, 2004:23-27).

Aristoteles (Cangara, 2004:22) mengatakan bahwa suatu pesan akan terlaksana dengan baik hanya cukup dengan tiga unsur saja yaitu sumber, pesan dan penerima. Sedangkan Claude E. Shannon dan Warren Weaver menyatakan bahwa proses komunikasi memerlukan unsur pengirim, transmitter, sinyal, penerima dan tujuan.

2.1.7. Hambatan-Hambatan Komunikasi

Menurut Singbad dan Bell (Pratminingsih 2006: 8) hambatan dalam proses komunikasi dapat dikelompokkan menjadi hambatan nonverbal dan verbal.

1. Hambatan Nonverbal

a. Perbedaan persepsi

Persepsi merupakan pandangan seseorang terhadap suatu kenyataan atau fakta.

b. Perbedaan kepentingan

c. Perbedaan pengetahuan tentang topik yang dikomunikasikan.

Pengetahuan tentang topik yang dibicarakan antara pengirim berita dan penerima berita hendaklah sama tingkatannya.

d. Keterlibatan emosi

Komunikasi yang baik haruslah bersifat objektif dan rasional, tidak melibatkan emosi pengirim dan penerima yang dapat menimbulkan konflik kepentingan.

e. Kurangnya intropeksi

Agar komunikasi dapat berjalan dengan baik kedua pihak yang berkomunikasi hendaklah selalu melakukan evaluasi diri.

f. Kesalahan dalam menilai penampilan

Seringkali penampilan seseorang mempengaruhi penilaian orang lainnya. Agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif maka janganlah penampilan seseorang mempengaruhi informasi yang dikirimnya.

g. Pesan yang disampaikan kurang jelas

Salah satu hal yang sering menyebabkan kegagalan komunikasi adalah penerima pesan tidak mengerti apa maksud informasi yang diterimanya. Untuk itu maka pesan harus dibuat dengan jelas dan disusun dengan sistematis.

h. Hanya mendengarkan pesan secara pasif

2. Hambatan Verbal

Menurut Boove dan Thill (Pratminingsih 2006: 9) ada beberapa hal yang dapat menjadi hambatan verbal, antara lain:

- a. Kesalahan pemilihan kata
- b. Kurangnya perbedaan kosa kata
- c. Kesalahan penulisan atau pengucapan
- d. Perbedaan level antara pengirim dan penerima pesan

Sedangkan menurut Newstrom dan Davis (Kaswan 2012: 263) terdapat tiga jenis hambatan dalam komunikasi, yaitu:

1. Hambatan personal

Merupakan gangguan komunikasi yang berasal dari emosi seseorang, nilai, dan kebiasaan menyimak buruk.

2. Hambatan fisik

Merupakan gangguan komunikasi yang terjadi pada lingkungan di mana komunikasi itu berlangsung. Gangguan fisik yang khas adalah kebisingan yang mengganggu secara tiba-tiba yang dapat mengaburkan pesan suara.

3. Hambatan semantik

Berasal dari keterbatasan simbol yang kita gunakan dalam berkomunikasi. Simbol biasanya memiliki memiliki aneka makna, dan kita harus memilih satu makna dari sekian banyak. Kadang-kadang kita memilih makna yang salah dan terjadilah kesalahpahaman.

2.1.8. Munculnya Kesalahpahaman Komunikasi

Menurut Purwanto (2006: 13) Faktor-faktor penghambat komunikasi dapat dikelompokkan ke dalam empat masalah utama yang mencakup antara lain masalah dalam pengembangan pesan, penyampaian pesan penerimaan pesan, dan penafsiran pesan. Masalah tersebut masing-masing dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut.

1. Masalah dalam pengembangan pesan

Sumber masalah potensial dalam mengembangkan suatu pesan adalah dalam memformulasikan suatu pesan. Masalah dalam mengembangkan suatu pesan dapat mencakup antara lain munculnya keragu – raguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada atau masih asing dengan audiens, adanya pertentangan emosional, atau kesulitan dalam mengekspresika ide atau gagasan.

2. Masalah dalam menyampaikan pesan

Komunikasi dapat juga terganggu karena munculny masalah penyampaian pesan dari pengirim ke penerima. Masalah yang paling jelas di sini adalah faktor fisik. Misalnya, terdapat sambungan kabel yang kurang baik pada sound systemnya

(antara tersambung dan tidak, sehingga muncul bunyi-bunyi aneh), kualitas suara yang kurang baik, serta salinan surat yang tak terbaca. Masalah lain yang muncul dalam penyampaian suatu pesan adalah bila dua buah pesan yang disampaikan mempunyai arti yang saling berlawanan atau bermakna ganda. Bila dua buah pesan disampaikan sekaligus, akan muncul gangguan dalam arus komunikasi.

3. Masalah dalam menerima pesan

Masalah yang muncul dalam menerima pesan antara lain adanya persaingan antara penglihatan dengan suara, kursi yang tidak nyaman, lampu yang kurang terang, dan kondisi lain yang dapat mengganggu konsentrasi penerima.

4. Masalah dalam menafsirkan pesan

Meskipun suatu pesan mungkin hilang selama proses penyampaian pesan, masalah terbesar terletak pada mata rantai terakhir, saat suatu pesan ditafsirkan oleh penerima pesan. Perbedaan latar belakang, perbendaharaan bahasa, dan pernyataan emosional dapat menimbulkan munculnya kesalahpahaman antara pemberi dan penerima pesan.

2.1.9. Cara Memperbaiki Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, adakalanya hasilnya tidak sesuai dengan apa yang anda harapkan. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif diperlukan beberapa persyaratan (Purwanto 2006: 16).

1. Persepsi

Seorang komunikator yang cerdas harus dapat memprediksi apakah pesan-pesan yang akan disampaikannya dapat diterima oleh komunika atau tidak. Bila prediksinya tepat, audiens akan dapat membaca dan menerima tanggapannya dengan benar.

2. Ketepatan

Secara umum, audiens mempunyai suatu kerangka berpikir yang jelas. Agar komunikasi yang dilakukan mencapai sasaran, seseorang perlu mengekspresikan sesuatu sesuai dengan apa yang ada dalam kerangka berpikir mereka. Apabila hal itu diabaikan, yang muncul adalah kesalahan komunikasi.

3. Kredibilitas

Dalam berkomunikasi, komunikator perlu memiliki suatu keyakinan dan optimisme yang tinggi bahwa audiensnya adalah orang-orang yang dapat dipercaya. Di samping itu, komunikator juga harus memahami dengan baik apa maksud dan tujuan penyampaian suatu pesan tersebut.

4. Pengendalian

Dalam berkomunikasi, audiens akan memberikan suatu reaksi atau tanggapan terhadap pesan yang disampaikan. Sebaliknya, reaksi audiens bergantung pada berhasil atau tidaknya komunikator mengendalikan audiensnya saat melakukan komunikasi.

5. Keharmonisan

Komunikator yang baik tentu akan selalu dapat menjaga hubungan persahabatan yang baik dengan audiens sehingga komunikasi dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya.

2.2. Komunikasi Organisasi

2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang begitu luas, baik sebagai suatu ilmu yang tersendiri maupun sebagai suatu proses. Adanya sebuah komunikasi yang efektif didalam organisasi menjadikan suatu proses dalam

mencapai sebuah tujuan. Komunikasi organisasi yaitu proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Sama dengan pemaknaan organisasi, dalam memaknai akan pengertian komunikasi itu sendiri banyak para ahli yang mencoba memberikan pengertiannya dengan persepsi mereka masing-masing. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005:38). Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi (Pace & Faules, 2001: 31-33).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu perilaku yang dilakukan di dalam organisasi untuk pertukaran informasi seperti pengiriman dan penerimaan pesan di antara orang-orang yang berada di dalam organisasi.

2.2.2. Aspek-Aspek Komunikasi Organisasi

Pace dan Faules (2002:553) mengatakan komunikasi organisasi meliputi aspek-aspek, yaitu:

Pertama, Peristiwa komunikasi, berkaitan dengan seberapa jauh informasi diciptakan, ditampilkan, dan disebarkan ke seluruh bagian dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi mengolah dan memproses informasi tersebut menurut Pace dan Faules (2002:553) ada lima faktor penting yang harus diperhatikan agar organisasi berjalan efektif. Ke lima faktor tersebut, yaitu (1)

kualitas media informasi, (2) aksesibilitas informasi, (3) penyebaran informasi, (4) beban informasi, dan (5) ketepatan informasi.

1) Kualitas media informasi

Kualitas media informasi berkaitan dengan penerbitan, petunjuk tertulis, laporan, surat elektronik (e-mail), video conferencing, voice messaging, faksimil, papan buletin komputer, dan media lainnya yang dipergunakan dalam organisasi. Jika faktor-faktor tersebut dinilai menarik, tepat, efisien, dan dapat dipercaya, lazimnya para pegawai cenderung menyatakan kebanggaannya dalam bentuk kualitas output organisasi.

2) Aksesibilitas informasi

Aksesibilitas informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi tersedia bagi para anggota organisasi dari berbagai sumber dalam organisasi. Sumber-sumber informasi dalam organisasi yang dimaksud menurut Pace dan Faules (2002:556) seperti rekan sekerja, bawahan, pimpinan langsung atau tidak langsung, selentingan (*grapevine*) penyelia langsung, dan juga dari informasi tertulis.

3) Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi disebarkan keseluruh bagian dalam organisasi dan bagaimana pula menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Montana (dalam Purwanto, 2003:26) mengemukakan bagi organisasi yang berskala kecil yang hanya memiliki beberapa pegawai, maka penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada para pegawainya, tetapi bagi organisasi yang berskala besar yang memiliki

ratusan bahkan ribuan pegawai, maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan suatu pekerjaan yang cukup rumit yang pada pelaksanaannya akan membentuk suatu pola yang disebut pola komunikasi (*patterns of communications*).

4) Beban Informasi

Beban informasi berkaitan dengan seberapa jauh para anggota organisasi merasa bahwa mereka menerima informasi lebih banyak atau kurang daripada yang dapat mereka tangani atau yang mereka perlukan agar dapat berfungsi secara efektif.

5) Ketepatan Informasi

Ketepatan informasi berkaitan dengan seberapa jauh (berapa bit) informasi yang diketahui anggota organisasi tentang suatu informasi tertentu dibandingkan dengan jumlah bit informasi sesungguhnya di dalam suatu informasi. Ketepatan informasi (*information fidelity*) dalam komunikasi organisasi berkaitan dengan kecermatan. Artinya, sejauhmana para anggota organisasi memahami jumlah informasi yang didistribusikan kepada mereka sesuai dengan jumlah informasi yang sesungguhnya ada dalam pesan tertentu menurut Pace dan Faules (2002:498).

2.2.3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi antara lain untuk memberikan informasi baik kepada pihak luar maupun pihak dalam, memanfaatkan umpan balik dalam rangka proses pengendalian manajemen, mendapat pengaruh, alat untuk memecahkan persoalan, untuk pengambilan keputusan, mempermudah

perubahan-perubahan yang akan dilakukan, mempermudah pembentukan kelompok-kelompok kerja serta dapat dijadikan untuk menjaga pintu keluar-masuk dengan pihak-pihak luar organisasi (Husein Umar, 1998:27).

Menurut Effendy (2006) ada empat tujuan komunikasi yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*) yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
2. Mengubah pendapat atau opini (*to change opinion*) yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*) yaitu perilaku individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) yaitu tingkat sosial individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

2.2.4. Jaringan Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah komunikasi organisasi terdapat jaringan komunikasi diantaranya: komunikasi formal dan informal (Djoko Purwanto, 2003:26).

1. Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah suatu proses komunikasi yang bersifat resmi dan biasanya dilakukan didalam lembaga formal melalui garis perintah atau sifat intruksi, berdasarkan struktur organisasi oleh pelaku yang berkomunikasi sebagai petugas organisasi dengan status masing-masing. Suatu organisasi dapat dikatakan formal ketika berkomunikasi antara dua orang atau lebih.

2. Komunikasi Informal

Komunikasi informal adalah komunikasi antara orang yang ada dalam suatu organisasi, akan tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan dalam struktur organisasi. Fungsi komunikasi informal adalah untuk memelihara hubungan sosial persahabatan kelompok informal, penyebaran informasi yang bersifat pribadi dan privat seperti isu, gossip atau rumor.

2.2.5. Konsep Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Goldhaber dalam Muhammad, 2009:67). Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

1. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Simbol-simbol yang

digunakan dalam pesan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

3. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.

4. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila pimpinan membuat suatu keputusan dia harus memperhitungkan implikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh.

5. Hubungan

Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka

untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata-kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia.

6. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan dan teknologi (Muhammad, 2009:74).

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan di antara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi. Ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima.

2.3. Pemimpin

2.3.1. Pengertian Pemimpin

Secara etimologi pemimpin berasal dari kata dasar “pimpin” (lead) berarti bimbing atau tuntun, dengan begitu di dalamnya terdapat dua pihak yaitu yang dipimpin (rakyat) dan yang memimpin (imam). Setelah ditambah awalan “pe”

menjadi “pemimpin” (leader) berarti orang yang mempengaruhi pihak lain melalui proses kewibawaan komunikasi sehingga orang lain tersebut bertindak sesuatu dalam mencapai tujuan tertentu. Pemimpin adalah seorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi individu dan kelompok untuk dapat bekerjasama mencapai tujuan yang telah ditentukan. HendryPratt Fairchild dalam Kartini Kartono (2006:38-39) mengemukakan bahwa pemimpin dalam pengertian yang luas adalah seseorang yang memimpindengan jalan memprakarsai tingkah laku sosial dengan mengatur, menunjukkan, mengorganisir atau mengontrol usaha/upaya orang lain atau melalui prestise,kekuasaan atau posisi.

Sedangkan dalam pengertian yang terbatas pemimpin ialah seseorang yang membimbing, memimpin dengan bantuan kualitas-kualitas persuasifnya dan akseptansi/penerimaan secara sukarela oleh para pengikutnya.

2.3.2. Karakter Pemimpin

Dalam Ryaas Rasyid (2000:37) dijelaskan beberapa karakter kepemimpinan yang berbeda satu sama lain, yaitu sebagai berikut:

1. Kepemimpinan yang Sensitif

Kepemimpinan ini ditandai dengan adanya kemampuan untuk secara dinimemahami dinamika perkembangan masyarakat, mengenai apa yang mereka butuhkan, mengusahakan agar ia menjadi pihak pertama yangmemberi perhatian terhadap kebutuhan tersebut. "alam karakter kepemimpinan tersebut, kemampuan berkomunikasi daripada pemimpin pemerintahan yang disertai pada penerapan transformasi di dalam proses pengambilan keputusan merupakan prasyarat bagi pemerintah dalam mengemban segala tugas-tugasnya.

2. Kepemimpinan yang Defensif

Karakter kepemimpinan ini ditandai dengan sikap yang egoistik, merasa paling benar, walaupun pada saat yang sama memiliki kemampuan argumentasi yang tinggi dalam berhadapan dengan masyarakat. Komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat cukup terpelihara, tetapi pada umumnya pemerintah selalu mengambil posisi sebagai pihak yang lebih benar, lebih mengerti. Oleh karena itu, keputusan dan penilaiannya atas sesuatu isu lebih patut diikuti oleh masyarakat. Posisi masyarakat lemah, sekalipun tetap tersedia ruang bagi mereka untuk bertanya, menyampaikan keluhan, aspirasi dan lain sebagainya. Karakter kepemimpinan semacam ini bisa berhasil dalam jangka waktu tertentu. Tetapi ketika berhadapan dengan masyarakat yang semakin berkembang, baik secara sosial-ekonomi maupun secara intelektualitas, karakter defensif ini akan sulit untuk melakukan manuver.

3. Kepemimpinan yang Responsif

Dalam konteks ini, pemimpin lebih aktif mengamati dinamika masyarakat dan secara kreatif berupaya memahami kebutuhan mereka, maka kepemimpinan yang responsif lahir lebih banyak berperan menjawab aspirasi dan tuntutan masyarakat yang disalurkan melalui berbagai media komunikasi, menghayati suatu sikap dasar untuk mendengar suara rakyat, mau mengeluarkan energi dan menggunakan waktunya secara cepat untuk menjawab pertanyaan, menampung setiap keluhan, memperhatikan setiap tuntutan dan memanfaatkan setiap dukungan masyarakat tentang suatu kepentingan umum.

4. Kepemimpinan yang Represif

Karakter kepemimpinan ini cenderung sama egois dan arogannya dengan karakter kepemimpinan defensif, tetapi lebih buruk lagi karena tidak memiliki kemampuan argumentasi atau justifikasi dalam mempertahankan keputusan atau penilaiannya terhadap suatu isu ketika berhadapan dengan masyarakat. Karakter kepemimpinan yang represif ini secara total selalu merupakan beban yang berat bagi masyarakat.

2.3.3. Dimensi Pimpinan

Menurut Sudarmo dan Sudita dalam Sunyoto (2013: 35-36) kepemimpinan terdapat lima dimensi, yaitu:

1. Cara berkomunikasi

Setiap pemimpin harus mampu memberikan informasi yang jelas dan untuk itu harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dan lancar. Karena dengan komunikasi yang baik dan lancar, tentu hal ini akan memudahkan bagi bawahannya untuk menangkap apa yang dikehendaki oleh seorang pemimpin.

2. Pemberian motivasi

Seorang pemimpin harus mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi yang baik dan lancar tentu saja juga harus mempunyai kemampuan untuk memberikan dorongan-dorongan atau motivasi kepada bawahannya. Perhatian seorang pemimpin akan sangat berarti bagi bawahan, bahwa dari segi penghargaan ataupun pengakuan sangat memberikan makna yang sangat tinggi bagi karyawan atau bawahan.

3. Kemampuan memimpin

Tidak setiap pemimpin mampu memimpin, karena yang berkenaan dengan bakat seseorang untuk mempunyai kemampuan memimpin adalah berbeda-beda. Hal ini dapat terlihat dalam gaya kepemimpinannya, apakah mempunyai gaya kepemimpinan otokratik, partisipatif, atau bebas kendali.

2.4. Komplain/Keluhan

2.4.1. Pengertian Komplain

Secara umum, komplain adalah sebuah informasi yang diberikan oleh pihak kedua karena rasa ketidaksesuaian dalam menerima sebuah produk atau jasa. Sebenarnya, komplain sangat dibutuhkan karena akan menghasilkan informasi baik yang bersifat positif maupun negatif yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah interaksi. Komplain bukanlah suatu hal yang mengerikan. Komplain dimanfaatkan untuk mendapatkan masukan positif dan negatif yang bertujuan untuk memperbaiki kesalahan yang dibuat dalam perusahaan. Menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan (*customer complaints*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan.

2.4.2. Tujuan Komplain

Menurut Lovelock dan Wirtz, Mussry (2011:118), terdapat empat tujuan utamakeluhan pelanggan antara lain :

1. Mendapatkan Restitusi dan Kompensasi

Konsumen sering mengeluh untuk memulihkan beberapa kerugian ekonomis dengan mencari pengembalian dan, kompensasi, dan/atau meminta dilakukan layanan lagi.

2. Melampiasikan Kemarahan

Beberapa pelanggan mengajukan keluhan untuk membangun kembali harga diri dan/atau untuk melampiaskan kemarahan atau rasa frustrasi. Ketika proses pelayanan terlalu birokratis dan tidak masuk akal, atau ketika karyawan kasar, harga diri atau rasa keadilan pelanggan tersebut bisa berpengaruh secara negatif.

3. Bantuan untuk Meningkatkan Layanan

Ketika pelanggan sangat terlibat dengan layanan, mereka memberikan umpan balik untuk mencoba dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pelayanan.

4. Alasan altruistik

Terakhir beberapa pelanggan termotivasi oleh alasan altruistik. Mereka ingin mencegah pelanggan lain mengalami kekurangan yang sama, dan mereka mungkin merasa buruk jika mereka gagal menarik perhatian pada masalah yang akan meningkatkan kesulitan untuk orang lain jika tetap tidak dioreksi.

2.4.3. Jenis-Jenis Komplain

Norwel (2005:27) berpendapat kategori keluhan digolongkan menjadi empat yaitu :

a. *Mechanical Complaints*

Jenis keluhan yang disebabkan oleh kesalahan yang terjadi pada perlengkapan yang ada di restoran. Misalnya, lampu yang mati pada restoran, meja atau kursi yang patah, atau air conditioner yang tidak dingin.

b. Attitudinal Complaints

Jenis keluhan yang disebabkan karena staff atau karyawan mempunyai sikap yang buruk dalam melayani pelanggan.

c. Service – Related Complaints

Jenis keluhan yang disebabkan oleh buruknya pelayanan yang diberikan di sebuah restoran. Misalnya, terlalu lama menunggu makanan atau minuman yang telah dipesan, tidak tersedianya alat makan di atas meja, dan lain-lain.

d. Unusual Complaints

Pelanggan juga dapat melakukan keluhan karena tidak adanya ruangan khusus bagi yang tidak merokok atau karena suasana yang tidak nyaman di dalam restoran.

2.4.4. Menangani Komplain Pelanggan

Komplain pelanggan sering terjadi. Selain harus responsif pada komplain tersebut, perusahaan perlu menjalankan tahap penanganan komplain yang tepat dan benar. Proses ini pun bisa menjadi diferensiasi bagi perusahaan. Sementara itu, upaya mengelola keluhan pelanggan tidak bisa dilepaskan dari layanan pelanggan (customer service) itu sendiri. Menurut Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana (2015 : 179) layanan pelanggan ini penting bagi perusahaan karena layanan pelanggan adalah:

a. Merupakan bentuk dari pemenuhan kebutuhan pelanggan

Biasanya, keluhan muncul ketika kebutuhan pelanggan tidak terpenuhi. Keluhan ini biasanya muncul ketika ada jarak antara apa yang dijanjikan kepada konsumen dengan realitas yang diterima oleh mereka. Ini merupakan persoalan yang muncul ketika realitas tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan.³⁰ Penulis pahami bahwa keluhan pelanggan selalu ada, ketika apa yang disampaikan oleh perusahaan tidak dirasakan oleh konsumen.

b. Bagian dari upaya mendapatkan dan mempertahankan konsumen

Salah satu bagian mempertahankan konsumen adalah menangani dan memberi solusi pada setiap permasalahan mereka. Menangani komplain merupakan bagian penting dalam strategi membuat konsumen tetap setia pada perusahaan.

c. Menjadi salah satu media dalam membangun relasi yang baik dan kuat dengan pelanggan

Menangani komplain secara baik dan benar justru makin menguatkan relasi antara konsumen dan perusahaan.

d. Untuk mengetahui cara menangani komplain

Menangani konsumen yang komplain sama pentingnya dengan mengetahui bagaimana menyambut konsumen baru, penjualan yang meningkat, dan kabar gembira tentang usaha.

e. Komplain memberi pesan dan tanda kepada perusahaan yang berguna

Khususnya dengan pengembangan produk dan layanan yang lebih baik lagi. Jadi untuk mengembangkan pelayanan dan eksistensi perusahaan hingga

kelayaitasan pelanggan, penanganan komplain merupakan bantu loncatan untuk mempertahankan semuanya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

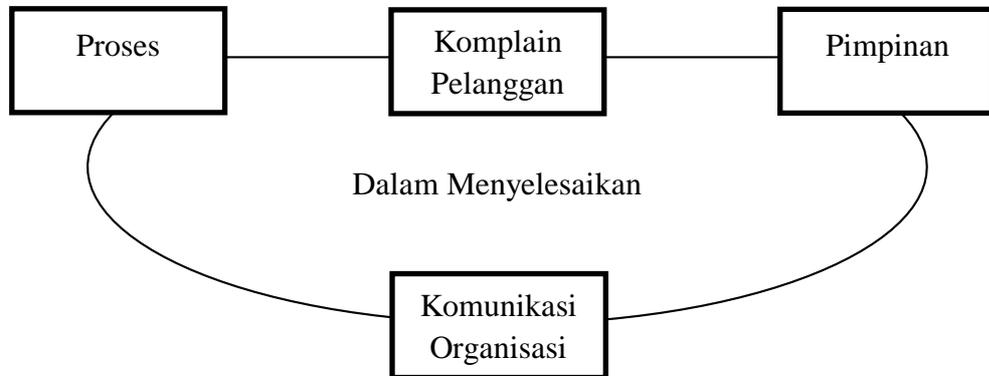
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, titik tolak penelitian bertumpu pada minat untuk mengetahui masalah atau fenomena sosial yang timbul karena berbagai rangsangan, dan bukannya pada metodologi penelitian, sekalipun demikian, tetap harus diingat bahwa metodologi penelitian merupakan elemen penting untuk menjaga reliabilitas dan validitas hasil penelitian (Bungin, 2008:76). Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002:9).

3.2. Kerangka Konsep

Konsep merupakan istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrack yang dibentuk dengan menggeneralisasikan object atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan (Kriyantono, 2012:17).

Konsep dimaksud untuk menjelaskan makna dan maksud dari teori yang digunakan dalam suatu penelitian, dengan tujuan menjelaskan kata-kata yang mungkin masih abstrack dengan teori tersebut. Jika kerangka teori digunakan untuk member landasan atau dasar berpijak atas penelitian yang akan dilakukan, maka konsep dimaksud untuk menjelaskan makna dan maksud dari teori yang dipakai, untuk menjelaskan kata-kata yang mungkin masih abstrak dalam teori tersebut. Dari uraian tersebut maka kerangka konsep dapat digambarkan sebagai

berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti:

- a. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Struktur organisasi cenderung mempengaruhi komunikasi, dengan demikian komunikasi dari bawahan kepada pimpinan sangat berbeda dengan komunikasi antar sesamanya.

- b. Komplain adalah sesuatu yang manusiawi sebagai bentuk reaksi atas apa yang diterima yang tidak sesuai dengan apa yang dilihat dan apa yang tidak didasar dengan suatu tindakan pelayanan Majid (2009:151).

3.4. Kategorisasi

Kategorisasi menunjukkan bagaimana cara mengukur sesuatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan benar apa yang menjadi kategorisasi di dalam penelitian dan untuk menganalisa dari variable tersebut adalah sebagai berikut :

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
1. Proses Komunikasi Organisasi Pimpinan Dalam Penyelesaian Komplain Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sensitif</i> 2. <i>Defensif</i> 3. <i>Responsif</i> 4. <i>Reprensif</i> 5. <i>Mechanical Complaints</i> 6. <i>Atitudinal Complaints</i> 7. <i>Service – Related Complaints</i> 8. <i>Unusual Complaints</i>

Tabel 3.2. Kategorisasi

1. *Sensitif*

Kepemimpinan ini ditandai dengan adanya kemampuan untuk secara dini memahami dinamika perkembangan masyarakat, mengenai apa yang mereka butuhkan, mengusahakan agar ia menjadi pihak pertama yang memberi perhatian terhadap kebutuhan tersebut. "alam karakter kepemimpinan tersebut, kemampuan berkomunikasi daripada pemimpin pemerintahan yang disertai pada penerapan transformasi di dalam proses pengambilan keputusan merupakan prasyarat bagi pemerintah dalam mengemban segala tugas-tugasnya.

2. *Defensif*

Karakter kepemimpinan ini ditandai dengan sikap yang egoistik, merasa paling benar, walaupun pada saat yang sama memiliki kemampuan argumentasi yang tinggi dalam berhadapan dengan masyarakat. Komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat cukup terpelihara, tetapi pada umumnya pemerintah selalu mengambil posisi sebagai pihak yang lebih benar, lebih mengerti. Oleh karena itu, keputusan dan penilaiannya atas sesuatu isu lebih patut diikuti oleh masyarakat. Posisi masyarakat lemah, sekalipun tetap tersedia ruang bagi mereka untuk bertanya, menyampaikan keluhan, aspirasi dan lain sebagainya. Karakter kepemimpinan semacam ini bisa berhasil dalam jangka waktu tertentu. Tetapi ketika berhadapan dengan masyarakat yang semakin berkembang, baik secara sosial-ekonomi maupun secara intelektualitas, karakter defensif ini akan sulit untuk melakukan manuver.

3. *Responsif*

Dalam konteks ini, pemimpin lebih aktif mengamati dinamika masyarakat dan secara kreatif berupaya memahami kebutuhan mereka, maka kepemimpinan yang responsif lahir lebih banyak berperan menjawab aspirasi dan tuntutan masyarakat yang disalurkan melalui berbagai media komunikasi, menghayati suatu sikap dasar untuk mendengar suara rakyat, mau mengeluarkan energi dan menggunakan waktunya secara cepat untuk menjawab pertanyaan, menampung setiap keluhan, memperhatikan setiap tuntutan dan memanfaatkan setiap dukungan masyarakat tentang suatu kepentingan umum.

4. *Represif*

Karakter kepemimpinan ini cenderung sama egois dan arogan dengan karakter kepemimpinan defensif, tetapi lebih buruk lagi karena tidak memiliki kemampuan argumentasi atau justifikasi dalam mempertahankan keputusan atau penilaiannya terhadap suatu isu ketika berhadapan dengan masyarakat. Karakter kepemimpinan yang represif ini secara total selalu merupakan beban yang berat bagi masyarakat.

5. *Mechanical Complaints*

Jenis keluhan yang disebabkan oleh kesalahan yang terjadi pada perlengkapan yang ada di restoran. Misalnya, lampu yang mati pada restoran, meja atau kursi yang patah, atau air conditioner yang tidak dingin.

6. *Attitudinal Complaints*

Jenis keluhan yang disebabkan karena staff atau karyawan mempunyai sikap yang buruk dalam melayani pelanggan.

7. *Service – Related Complaints*

Jenis keluhan yang disebabkan oleh buruknya pelayanan yang diberikan di sebuah restoran. Misalnya, terlalu lama menunggu makanan atau minuman yang telah dipesan, tidak tersedianya alat makan di atas meja, dan lain-lain.

8. *Unusual Complaints*

Pelanggan juga dapat melakukan keluhan karena tidak adanya ruangan khusus bagi yang tidak merokok atau karena suasana yang tidak nyaman di dalam restoran.

3.5. Narasumber

Informasi yang di dapat dari narasumber di peroleh melalui wawancara dengan memintakan pendapatnya mengenai suatu masalah atau isu yang sedang berkembang. Selain itu, narasumber juga diperlukan untuk mendukung suatu penelitian. Dalam penelitian ini, narasumbernya adalah stakeholder CV.Glory Victory kota Medan dan beberapa admin perusahaan yang ikut kontrak kerja sama.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2010:224).

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi sebagai data primer sebagai proses langkah awal

dalam melakukan penelitian dan data kepustakaan sebagai data sekunder. Untuk itu peneliti benar-benar lebih memahami teknik yang dipakai sebagai pedoman dalam melaksanakan pengerjaan penelitian ini.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam metode kualitatif, penelitian adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung dilapangan. Karena itu riset ini bersifat subjektif, dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono 2012:57).

Data kualitatif dapat dipilih menjadi dua jenis:

- a. Hasil pengamatan: uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi dan tingkah laku yang diamati dilapangan.
- b. Hasil pembicaraan: kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berlokasi di CV. Glory Victory di Jalan Ayahanda. Penelitian akan dilakukan pada bulan Juli hingga September 2018.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Penelitian dari judul ini merupakan tentang proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan(studi kasus pada perusahaan CV. GLORY VICTORY kota Medan). Oleh karena itu objek dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana seorang pemimpin perusahaan dalam

menyelesaikan sebuah masalah berupa komplain dari pelanggan agar tidak menimbulkan sebuah polemik antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang ikut bekerja sama.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengolahan

Proses pengolahan data adalah kegiatan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian sebuah objek penelitian. Dalam proses ini peneliti mengumpulkan data berupa hasil penelitian jawaban dari wawancara langsung yang dilakukan peneliti ke lokasi penelitian. Adapun data-data dari hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti yakni berkaitan dengan proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap pimpinan, admin CV GLORY VICTORY Kota Medan, dan admin perusahaan lain yang terkait guna mengumpulkan data. Berikut adalah daftar narasumber yang peneliti telah wawancarai :

Data Informan Pimpinan CV GLORY VICTORY Kota Medan

Informan I

Nama : Yudhistira Eldy N.

Umur : 40 tahun

Pekerjaan : Manager Pimpinan CV GLORY VICTORY Kota Medan.

Data Informan Admin Perusahaan Raiz Container

Informan II

Nama : Dian Permata Sari

Umur : 25 tahun

Pekerjaan : Admin

Data Informan Admin Perusahaan Samudera Lautan Luas**Informan III**

Nama : Niar

Umur : 28 tahun

Pekerjaan : Admin

Data Informan Admin Perusahaan ICT**Informan IV**

Nama : Zai Maulana

Umur : 30 tahun

Pekerjaan : Admin

Data Informan Admin PT. Jaya Bina Usaha Mandiri**Informan V**

Nama : Putri Dwi Karina

Umur : 25 tahun

Pekerjaan : Admin

4.2. Hasil Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan CV GLORY VICTORY Kota Medan. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti adalah bentuk wawancara dan kemudian hasil dari wawancara tersebut dianalisa dalam bentuk penjelasan berupa narasi. Peneliti juga menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan kepada informan agar informan menjadi lebih memahami pertanyaan peneliti. Peneliti memberikan kebebasan kepada informan untuk memberikan jawabannya atas pertanyaan

peneliti dan tidak pernah menilai benar atau salah jawaban atas pertanyaan yang diberikan.

Berikut ini laporan hasil penelitian peneliti dari wawancara langsung bersama pimpinan dan admin untuk mengetahui proses komunikasi organisasi pimpinan dalam penyelesaian komplain pelanggan dapat dilihat pada hasil wawancara berikut ini :

1. Informan pertama bernama Yudhistira Eldi

Merupakan pimpinan CV GLORY VICTORY di Kota Medan. Peneliti mewawancarai informan pada tanggal 13 Agustus 2018 jam 11.WIB di kantor CV GLORY VICTORY di Kota Medan, peneliti bertanya kepada informan, apakah Informan pernah mengalami suatu permasalahan komplain pelanggan dengan perusahaan lain?. Informan menjawab “Oke baik terimakasih, CV GLORY VICTORY adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan export makanan animal feed (coconut expeller). Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan produk kepada pelanggan, perusahaan ini harus senantiasa memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya demi mendapatkan kepuasan diantara keduanya, baik penjual maupun pelanggan. Dalam memberikan pelayanan, Saya dan perusahaan sering menerima komplain dari para pelanggan terhadap produk dan pelayanan perusahaan yang berikan. Untuk menangani keluhan-keluhan perusahaan lain, perusahaan ini harus berusaha maksimal untuk menyelesaikan permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut demi menjaga kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan ini. Oleh sebab itu, perusahaan ini harus benar-benar menerapkan kinerja yang lebih berkualitas, agar

konsumen tidak komplain terhadap perusahaan CV GLORY VICTORY dan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan ini.

Kemudian peneliti bertanya, bagaimana cara anda sebagai pemimpin dalam menyelesaikan sebuah komplain pelanggan terhadap perusahaan lain ?. Informan menjawab “biasanya saya menerima keluhan tersebut dan meminta maaf atas ketidaknyamanan layanan yang sudah diberikan ataupun dengan menawarkan solusi yang baik agar menimbulkan kepercayaan kembali atas kesalahan yang dibuat”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, bagaimana cara anda memberikan suatu perhatian baik karyawan anda sendiri dan admin perusahaan lain agar tidak menimbulkan sebuah komplain ?. Informan menjawab “mungkin dengan cara berbaur/sosialisasi diantara saya sebagai pemimpin, admin dan admin lain yang ikut bekerjasama dengan perusahaan saya agar menimbulkan sebuah solidaritas dan kontak kerja sama”.

Kemudian peneliti bertanya, apabila dalam perusahaan anda mengalami suatu permasalahan internal. Bagaimana cara anda menyelesaikan sebuah masalah tersebut ?. Informan menjawab “apabila ada suatu masalah internal dalam perusahaan saya, saya harus siap menyelesaikan masalah tersebut. Mungkin bisa jadi si karyawan tidak merasa senang atau tidak suka dengan peraturan yang dibuat dan apabila itu terjadi saya cukup menanyakan permasalahan yang terjadi serta mencari solusi agar masalah tersebut tidak semakin membesar dan dapat diselesaikan dengan cara bersama-sama”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana cara anda mengamati sebuah berkembang perusahaan anda dan karyawan agar tetap stabil di bidang perdagangan export ?. Informan menjawab “saya ikut berpartisipasi serta membantu karyawan saya apabila banyak masukan laporan-laporan perusahaan lain yang ingin bekerjasama dengan perusahaan saya. Dan apabila perusahaan lain yang ingin bekerjasama saya biasanya langsung terjun kelapangan dan melihat perkembangannya sendiri.

Peneliti bertanya kembali, sejauh mana anda bisa menyelesaikan suatu komplain dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “mungkin sampai saat ini yang saya lakukan apabila terjadi suatu komplain yang paling pertama disampaikan yaitu meminta maaf, mencari solusi, dan membangkitkan kepercayaan kembali dengan cara memberikan pelayanan yang baik serta memperbaiki diri agar tidak terjadi suatu kesalahan yang sama lagi.

Kemudian peneliti bertanya kembali, sebagai pemimpin komplain yang bagaimana saja sudah anda diterima dari perusahaan yang ikut bekerja sama ?. Informan menjawab “yang saya terima itu biasanya terlambatnya balasan laporan, salah penghitungan uang, dan kurangnya komunikasi antara perusahaan saya dengan perusahaan yang bekerjasama”.

Peneliti bertanya kembali, dalam satu bulan sudah berapa jumlah komplain yang diterima oleh perusahaan anda ?. Informan menjawab “biasanya dalam sebulan itu kami menerima sebuah komplain itu ada 4-7 kali dan komplainnya itu bermacam-macam keluhan”.

Peneliti bertanya kembali, Apa yang anda lakukan apabila anda mengalami suatu komplain pelanggan yang cukup berat untuk diselesaikan ?. Informan menjawab “intinya satu apabila ada sebuah masalah yang cukup berat untuk diselesaikan berpikirlah dengan kepala dingin, jangan ikutin ego dan cobalah mencari solusinya agar komplain tersebut bisa diselesaikan dengan cara bersama-sama tanpa menimbulkan rasa tidak suka diantara kedua belah pihak”.

Peneliti bertanya kembali, dalam memberikan suatu pelayanan. Hal apa saja yang anda berikan kepada admin perusahaan lain agar tidak timbul sebuah komplain ?. Informan menjawab “dengan cara menarik perhatian serta memberikan balasan pelayanan yang baik. Apabila ada sebuah komplain lakukanlah dengan cepat, cerdas dan tepat, agar kita tidak kehilangan pelanggan serta kepercayaan dengan perusahaan lain”.

2. Informan kedua bernama Dian Permata Sari

Merupakan admin perusahaan Raiz Container. Peneliti mewawancarai informan pada tanggal 22 Agustus 2018 jam 10.00 WIB di kantor Raiz Container di Kota Medan, peneliti bertanya kepada informan, bagaimana anda menilai apabila seorang admin perusahaan lain tidak dapat memberikan suatu pesan dengan lengkap ?. Informan menjawab “baik terima kasih atas pertanyaannya. Biasanya apabila ada perusahaan itu tidak mengirimkan suatu pesan berupa email yang tidak valid, maka saya akan menghubungi admin yang gagal mengirim pesan tersebut bahwasannya terjadi kegagalan pengiriman email dan memohon untuk mengirimnya kembali serta mencek kembali email yang akan dikirim”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, masalah komplain seperti apa yang sering diterima Admin Perusahaan Rain Container dengan perusahaan CV. GLORY VICTORY Kota Medan ?. Informan menjawab “kalau masalah komplain itu biasanya tentang masalah transaksi uang, perhitungan uang dan laporan yang tidak valid karena kalau udah masalah mungkin terlihat sensitif, jadi apabila komplain terlibat dengan sebuah transaksi kami biasanya langsung face to face berjumpa agar tidak terjadi kesalah pahaman”.

Peneliti kemudian bertanya, apakah penyebab timbulnya sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “penyebab terjadinya komplain pelanggan itu bisa terjadinya kurang komunikasi anda pihak pelapor dan pihak penerima pesan atau penyampaian pesan yang tidak akurat akan menimbulkan sebuah komplain diantara kedua pihak”.

Peneliti kemudian bertanya, sebagai admin perusahaan. Apakah sebuah komplain sudah sering terjadi apa tidak ?. Informan menjawab “secara signifikan saya sudah sering nerima sebuah komplain. Intinya satu kita harus siap dengan komplain tersebut dan cepat menanggapi serta mencari solusi agar pelanggan tersebut tetap ikut bekerja sama dan dapat diberikan kepercayaan kembali”.

Kemudian peneliti bertanya, Apa yang dilakukan seorang pemimpin didalam perusahaan anda. Apabila anda melakukan sebuah masalah berupa komplain pelanggan ?. Informan menjawab “kalau yang seperti ini pimpinan yang saya lakukan itu biasanya menasehati dan memberikan arahan yang baik dalam bekerja agar tidak timbul suatu komplain dengan perusahaan lain, karena semua berasal dari seorang pimpinan, apabila pimpinan dapat memberikan pembelajaran

yang baik pada bawahannya pasti kami sebagai bawahannya akan mengikuti semua arahan yang dia berikan kepada saya sebagai admin”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, bagaimana cara anda menangani apabila terjadi suatu komplain pelanggan ?. Informan menjawab “kalau saya sendiri sebagai admin langkah yang pertama saya ambil itu harus cepat, cermat dan mengambil solusi. Karena kalau kita sendiri tidak siap menerima sebuah masalah berupa komplain dengan pelanggan berarti kita belum siap kerja dalam tekanan dan itu semua merupakan langkah dasar kita bekerja”.

Kemudian peneliti bertanya, bagaimana sikap anda saat menghadapi admin perusahaan lain yang menyampaikan sebuah masalah berupa komplain ?. Informan menjawab “jangan panik dan cepat untuk mencari solusinya agar masalah komplain tersebut tidak berkepanjangan”.

Peneliti kemudian bertanya, media yang sering digunakan pelanggan untuk mengajukan komplain apa saja ?. Informan menjawab “kalau masalah media saya biasanya menerima sebuah komplain itu lewat telfon atau bisa dari gmail”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana cara proses penyelesaian proses sebuah komplain dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “dalam penyelesaian sebuah komplain kita harus melihat dimana letak sebuah problematika yang terjadi dan menimbulkan sebuah komplain. Harus cerdas, cepat, dan mencari solusi agar masalah sebuah komplain tersebut dapat diselesaikan secara baik-baik serta mengambil kepercayaan pelanggan”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa tanggapan anda apabila anda tidak bisa menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan yang ikut bekerja sama ?. Informan menjawab “tanggapan saya mungkin dengan memperbaiki diri dan mempelajari bagaimana kita seorang admin itu dapat menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dan menilai sejauh mana kita bisa menyelesaikan komplain tersebut”.

3. Informan ketiga bernama Niar

Merupakan admin perusahaan Samudera Lautan Luas. Peneliti mewawancarai informan pada tanggal 28 Agustus 2018 jam 14.00 WIB di kantor Samudera Lautan Luas di Kota Medan, peneliti bertanya kepada informan, bagaimana anda menilai apabila seorang admin perusahaan lain tidak dapat memberikan suatu pesan dengan lengkap ?. Informan menjawab “apabila itu benar-bener terjadi mungkin satu yang bisa saya nilai kenapa itu bisa terjadi, karena mungkin kurang teliti dan kurang memperhatikan laporan yang akan dikirim atau bisa jadi karena terburu-buru dalam mengirim. Untuk itu semua harus lebih memerhatikannya apa saja yang harus dikirim kepada perusahaan lain agar tidak timbul suatu permasalahan”.

Peneliti kemudian bertanya, masalah komplain seperti apa yang sering diterima Admin Samudera Lautan Luas dengan perusahaan CV. GLORY VICTORY Kota Medan ?. Informan menjawab “kalau masalah komplain baik internal atau eksternal, kami pernah mengalami sebuah komplain yang tidak terlalu dibesar-besarkan masalahnya, hanya terkendala kurangnya penyampaian komunikasi dan laporan-laporan yang salah perhitungan. Karena saya sudah

mengetahui kinerja baik karyawan dan manager bagaimana cara mereka memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya yang dapat dipercaya sebagai perusahaan pengelola export makanan animal feed (coconut expeller)”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apakah penyebab timbulnya sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “kalau menurut saya mungkin itu bisa jadi penyampaian sebuah pesan kepada admin yang kurang efektif dan kurangnya penjelasan, jadi akan menimbulkan sebuah komplain pelanggan baik dari admin yang ikut bekerja sama ataupun pelanggan lain”.

Peneliti kemudian bertanya, sebagai admin perusahaan. Apakah sebuah komplain sudah sering terjadi apa tidak ?. Informan menjawab “untuk saat ini komplain yang saya terima sudah berkurang dan kendala yang buat itu bisa terjadi pasti satu karena kelalaian saya sebagai admin yang kurang memperhatikan laporan yang akan dikirim ke perusahaan lain”.

Peneliti kemudian bertanya, apa yang dilakukan seorang pemimpin didalam perusahaan anda. Apabila anda melakukan sebuah masalah berupa komplain pelanggan ?. Informan menjawab “apabila saya melakukan suatu kesalahan berupa sebuah komplain dari pelanggan, saya akan dinasehati agar tidak melakukannya lagi dan diberikan pembelajaran lagi agar tidak melakukan hal yang sama lagi karena kalau itu terjadi lagi dan terus-menerus akan menimbulkan rasa ketidakpercayaan lagi dari perusahaan lain”.

Kemudian Peneliti bertanya, bagaimana cara anda menangani apabila terjadi suatu komplain pelanggan ?. Informan menjawab “untuk cara

menanganinya jangan panik dan apabila komplain itu terlalu berat untuk diselesaikan sendiri, laporkan kepada pemimpin perusahaan agar ikut serta bekerja sama dalam menyelesaikan komplain tersebut”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana sikap anda saat menghadapi admin perusahaan lain yang menyampaikan sebuah masalah berupa komplain ?. Informan menjawab “tidak ada perusahaan yang tidak mengalami sebuah masalah apalagi berubah komplain pelanggan. Untuk menghadapi komplain tersebut intinya jangan panik usahakan berani tanggung jawab dan gunakanlah komunikasi yang baik agar dapat kepercayaannya lagi jangan sampai panik, karena kalau sudah panik kita bisa dapat menyelesaikannya melainkan terus bertahan dengan permasalahan komplain itu”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, media yang sering digunakan pelanggan untuk mengajukan komplain apa saja ?. Informan menjawab “biasanya melalui media telfon ataupun melalui gmail saja tidak ada media yang menjadi prasarana dalam melaporkan sebuah komplain”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana cara proses penyelesaian proses sebuah komplain dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “berpikirlah cerdas, cermat menghadapinnya, cepat mengatasinya dan cari solusi yang dapat menyelesaikan komplain jangan sampai diam dan tidak memahami bagaimana cara menyelesaikan sebuah komplain karena ini semua tujuannya untuk mengambil sebuah kepercayaan dari perusahaan lain atau yang mengalami sebuah komplain”.

Peneliti kemudian bertanya, apa tanggapan anda apabila anda tidak bisa menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan yang ikut bekerja sama ?. Informan menjawab “tanggapan saya apabila saya tidak menyelesaikannya jangan berpikir tidak bisa kalau belum dilakukan, karena itu semua bagaimana mengelola sebuah masalah tersebut dalam diselesaikan dan berani bertanggung jawab atas apa yang sudah diberikan pimpinan perusahaan”.

4. Informan keempat bernama Zai Maulana

Merupakan admin perusahaan ICT. Peneliti mewawancarai informan pada tanggal 1 September 2018 jam 14.30 WIB di kantor ICT di Kota Medan, peneliti bertanya kepada informan, bagaimana anda menilai apabila seorang admin perusahaan lain tidak dapat memberikan suatu pesan dengan lengkap ?. Informan menjawab “kalau apabila itu terjadi saya akan menilai bahwa mungkin admin yang mengirim laporan atau pesan tersebut lupa dan kurang memerhatikan kembali laporan yang akan dikirim ke admin lain. Untuk itu semua orang pasti juga pernah melakukan hal yang sama, oleh sebab itu seorang admin harus siap lebih jeli serta memerhatikannya kembali”.

Peneliti kemudian bertanya kembali, masalah komplain seperti apa yang sering diterima Admin Perusahaan ICT dengan perusahaan CV. GLORY VICTORY Kota Medan ?. Informan menjawab “untuk saat ini kalau masalah komplain yang berat jarang pernah terjadi hanya komplain ringan saja, seperti terlambatnya untuk balas laporan, database pengiriman barang yang kurang lengkap dan pendataan keuangan yang kurang lengkap”.

Peneliti kemudian bertanya, apakah penyebab timbulnya sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “kalau menurut saya faktornya pasti dari kelalaian penginformasian seorang admin ataupun pelayanannya yang kurang bagus dan bisa jadi kurangnya komunikasi antara perusahaan yang satu dengan lain”.

Kemudian peneliti bertanya, sebagai admin perusahaan. Apakah sebuah komplain sudah sering terjadi apa tidak ?. Informan menjawab “kalau yang saya alami sekarang pasti pernah dan itupun komplain yang bisa saya tangani sendiri tanpa harus memanggil manager pimpinan dalam membantu untuk menanganinya.

Kemudian peneliti bertanya, apa yang dilakukan seorang pemimpin didalam perusahaan anda. Apabila anda melakukan sebuah masalah berupa komplain pelanggan ?. Informan menjawab “kalau apa yang dilakukan seorang pemimpin pastilah dia memberikan yang terbaik buat karyawannya dan membantu saya apabila tidak dapat mengerjakannya sendiri, karena dalam menjaga sebuah citra perusahaan diawali dengan karakter seorang pemimpin yang akan disalurkan ke bawahan dan memberikan kepercayaan kembali apabila ada bawahan yang melakukan suatu kesalahan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan”.

Kemudian peneliti bertanya, bagaimana cara anda menangani apabila terjadi suatu komplain pelanggan ?. Informan menjawab “harus siap menghadapi tantangan didunia pekerjaan ini dan cobalah mencari solusi agar pelanggan dapat diberi kepercayaan lagi karena kalau masalahnya mulai dari sebuah komplain

pelanggan berarti ada suatu penyampaian pesan yang kurang efektif maka akan timbul sebuah komplain dari perusahaan lain”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana sikap anda saat menghadapi admin perusahaan lain yang menyampaikan sebuah masalah berupa komplain ?. Informan menjawab “jangan panik dan bersikaplah untuk mengakui kesalahan. Bila benar terjadi sebuah komplain cerdas dan cepat dalam menyelesaikannya jangan sampai timbul perasaan yang tidak menyenangkan antara admin yang satu dengan admin perusahaan lain”.

Peneliti kemudian bertanya, media yang sering digunakan pelanggan untuk mengajukan komplain apa saja ?. Informan menjawab “biasanya melalui replay gmail dengan keterangan ada kesalahan dalam menyocokkan sebuah data, karena kalau data tidak cocok akan terjadi file yang dikirim invalid ataupun melalui telfon”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana cara proses penyelesaian proses sebuah komplain dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “mungkin untuk mempermudah dengan cara face to face atau berjumpa secara langsung agar tidak ada lagi kesalahan berupa komplain”.

Peneliti kemudian bertanya kembali, apa tanggapan anda apabila anda tidak bisa menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan yang ikut bekerja sama ?. Informan menjawab “apabila saya tidak bisa menyelesaikan mungkin dengan meminta bantuan dengan karyawan lain ataupun dengan langsung melaporkan kepada atas bahwasannya ada sebuah komplain pelanggan yang saya sendiri tidak bisa untuk menyelesaikannya”.

5. Informan kelima bernama Putri Dwi Karina

Merupakan admin PT. Jaya Bina Usaha Mandiri. Peneliti mewawancarai informan pada tanggal 6 September 2018 jam 14.00 WIB di rumah admin perusahaan, peneliti bertanya kepada informan, bagaimana anda menilai apabila seorang admin perusahaan lain tidak dapat memberikan suatu pesan dengan lengkap ?. Informan menjawab “apabila itu benar terjadi hal yang harus dinilai itu diri sendiri, bagaimana cara kita seorang admin harus teliti dan lebih memperhatikan laporan yang akan kita kirim agar tidak timbul kesalahan pahaman diantaranya karena saya sendiri pernah melakukan hal yang sama sebab itu saya tidak bisa menilai lebih jauh lagi bagaimana ada seorang admin yang tidak lengkap dalam mengirimkan sebuah laporan”.

Peneliti kemudian bertanya kembali, masalah komplain seperti apa yang sering diterima Admin Perusahaan Jaya Bina Usaha Mandiri dengan perusahaan CV. GLORY VICTORY Kota Medan ?. Informan menjawab “hanya sebuah komplain ringan saja yang bisa saya handle sendiri tanpa ikut campur karyawan ataupun atasan dan biasanya komplain yang sering diterima itu berupa laporan keuangan atau pendataan produk barang yang kurang lengkap”.

Peneliti kemudian bertanya kembali, apakah penyebab timbulnya sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “mungkin bisa jadi karena pelayanan informasi yang kurang baik dan bisa jadi dikarenakan adanya kesalahpahaman dalam memberikan data/laporan”.

Kemudian peneliti bertanya, sebagai admin perusahaan. Apakah sebuah komplain sudah sering terjadi apa tidak ?. Informan menjawab “saya sendiri

sebagai admin sudah sering menerima sebuah komplain pelanggan. Biasanya itu karena kelalaian saya sendiri sebagai admin dan kurangnya pemahaman bagaimana cara saya menyelesaikan apabila terjadi sebuah masalah berupa komplain dari pelanggan”.

Peneliti kemudian bertanya, apa yang dilakukan seorang pemimpin didalam perusahaan anda. Apabila anda melakukan sebuah masalah berupa komplain pelanggan ?. Informan menjawab “baik saya akan menjawabnya, untuk saat ini yang saya lihat apabila saya sebagai admin melakukan sebuah masalah berupa komplain, pemimpin perusahaan ikut turun tangan dan membantu dalam menyelesaikannya, agar tetap menjaga sebuah cintra perusahaan dan terus menjalin sebuah kerjasama yang efisien”.

Kemudian peneliti bertanya, bagaimana cara anda menangani apabila terjadi suatu komplain pelanggan ?. Informan menjawab “kalau saya pribadi mungkin dengan cara tidak panik, masalah akan mudah diselesaikan serta mencari solusi bagaimana komplain dari pelanggan tersebut tidak menimbulkan rasa kepercayaan lagi untuk bekerja sama”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana sikap anda saat menghadapi admin perusahaan lain yang menyampaikan sebuah masalah berupa komplain ?. Informan menjawab “bersikaplah dewasa dan berani bertanggung jawab atas apa yang sudah dilakukan. Cerdas dan cermat dalam mengelola perkataan agar kepercayaan itu dapat dipertahankan itu sudah lebih dari cukup bagi saya seorang admin”.

Peneliti kemudian bertanya, media yang sering digunakan pelanggan untuk mengajukan komplain apa saja ?. Informan menjawab “mungkin apabila ada pelanggan yang ingin untuk menyampaikan sebuah komplain, biasanya menggunakan telfon atau langsung berjumpa, karena kalau langsung berjumpa akan mempermudah kita dalam menyelesaikannya”.

Peneliti kemudian bertanya, bagaimana cara proses penyelesaian proses sebuah komplain dengan perusahaan lain ?. Informan menjawab “untuk masalah proses dalam menyelesaikan sebuah komplain mungkin untuk pertama kali disampaikan itu meminta maaf karena itu kesalahan dari pribadi sendiri. Selanjutnya mencari solusi dan beranilah bersikap bahwasannya kita bisa untuk menyelesaikannya”.

Kemudian peneliti bertanya kembali, apa tanggapan anda apabila anda tidak bisa menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan yang ikut bekerja sama ?. Informan menjawab “mungkin dengan belajar bagaimana saya sebagai admin harus siap apabila ada pelanggan melakukan sebuah komplain tanpa bantuan ikut campur tangan orang lain”.

4.3. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas, bahwa peneliti menggunakan metode kualitatif dengan judul penelitian Proses Komunikasi Organisasi Pimpinan dalam Penyelesaian Komplain Pelanggan (Studi Kasus pada Perusahaan CV.GLORY VICTORY di Kota Medan). Komunikasi pimpinan sangatlah diperlukan dalam menjaga citra perusahaan dan kestabilan baik itu bagi karyawan sendiri dan untuk orang lain. Seorang pimpinan haruslah pandai dalam menganalisis permasalahan

dan mampu menghadapi prospek di masa depan dengan perubahan yang juga semakin kompleks dalam setiap langkah yang dipersiapkan. Karena pimpinan dalam perusahaan haruslah seseorang bercirikan yang memiliki kemampuan "manajerial dalam komunikasi", dan juga lebih dari itu harus mampu mengendalikan permasalahan baik itu dari internal ataupun eksternal perusahaan.

Adanya sebuah komunikasi organisasi dalam perusahaan membentuk sebuah kerja sama apabila terjadi sebuah keluhan dari pelanggan, dalam hal ini pemimpin harus siap ikut serta dalam membantu karyawannya apabila terjadi suatu kesalahpahaman berupa keluhan dengan perusahaan lain. Salah satu bentuk kepribadian seorang pemimpin yang baik dan benar, seorang pemimpin selalu memberikan arahan kepada bawahannya agar senantiasa mengikuti dan mempelajari baik dalam menyelesaikan sebuah keluhan pelanggan, pengolahan data, serta bertanggung jawab atas pekerjaan yang sudah diberikan. Suatu kerja sama dalam menyelesaikan sebuah masalah paling efektif dan cepat dalam menanggapinya. Untuk itu pimpinan harus memiliki jiwa keyakinan dalam mempercayakan kepada bawahannya dan apabila bawahan tidak bisa menyelesaikannya keluhan pelanggan tersebut seorang pemimpin dibutuhkan untuk ikut serta dalam membantu serta mencari solusi kepada perusahaan yang melapor tentang adanya keluhan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan langsung di lapangan serta hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan dengan judul penelitian Proses Komunikasi Organisasi Pimpinan dalam Penyelesaian Komplain Pelanggan (Studi Kasus pada Perusahaan CV.GLORY VICTORY di Kota Medan), maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Memecahkan masalah dengan cepat dan memberikan pelayanan dengan baik. Memberikan solusi terhadap pelanggan merupakan hal harus dilakukan dalam menangani komplain, karena jika tidak akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan dengan produk yang dijualnya. Untuk itu setelah memberikan pelayanan yang baik setelah terjadinya komplain merupakan rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan.
2. Seorang pimpinan harus siap dalam menghadapi apabila terjadi suatu permasalahan berupa sebuah komplain terhadap pelanggan dan harus memiliki ide serta solusi dalam menyelesaikan masalah komplain tersebut. Dibutuhkan suatu kerja sama antara seorang admin perusahaan dan pimpinan agar permasalahan komplain dari perusahaan lain tidak melebar ke perusahaan yang lain.
3. Dari penelitian diatas seorang admin perusahaan juga membutuhkan sosok pemimpin yang bijaksana dan mengambil peran dalam membantu apabila terjadi suatu permasalahan. Cerdas, cermat, dan solusi merupakan syarat utama apabila terjadi suatu masalah berupa komplain dari pelanggan, jangan

panik dan berani untuk bertanggung jawab atas apa yang sudah diperbuat karena apabila gagal itu akan dapat merugikan baik perusahaan itu sendiri, diri kita sendiri, dan perusahaan yang ikut bekerja sama.

4. Pihak perusahaan harus mengetahui karakter pelanggan sehingga dalam menghadapi pelanggan yang berbagai macam bentuk mereka tidak kaku.

5.2. Saran

Berdasarkan dengan hasil yang sudah disimpulkan maka penulis memberikan saran-saran menyangkut Proses Komunikasi Organisasi Pimpinan dalam Penyelesaian Komplain Pelanggan (Studi Kasus pada Perusahaan CV.GLORY VICTORY di Kota Medan). Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini berharap menjadikan bahan referensi lagi, karena dalam memberikan suatu pembelajaran ke orang lain haruslah menggunakan komunikasi yang efektif dan dipahami agar menimbulkan rasa kerja sama diantaranya dan rasa menghargai perasaan orang lain.
2. Sebagai seorang pimpinan harus memiliki kewibawaan dan lebih memerhatikan bawahannya apabila terjadi sebuah permasalahan baik itu dari internal perusahaan sendiri atau permasalahan eksternal.
3. Sebaiknya pimpinan dan karyawan baik itu admin ataupun yang lain-lain haruslah senantiasa memberikan pelayanan yang dapat dinilai dari perusahaan yang bekerja sama.

4. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan dari sudut pandang yang berbeda diharapkan bisa menyempurnakan atau menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjut, sehingga akan membuahkan hasil yang maksimal dan lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana. 2015. *Komunikasi Bisnis “Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis Cet I.* Yogyakarta: Mediaterra.
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta : Bumi Aksara.
- Aw, Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya.* Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa: Melek media dan Budaya Jilid 1)(Edisi 5).* Jakarta : Erlangga.
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif.* Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya.* Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintah.* Bandung : Bandung Refika Aditama.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Kartono, Kartini. 2010. *Pemimpin dan Kepemimpinan.* Jakarta : PT. Grafindo Perkasa.
- Kaswan. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi.* Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Tenik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta : Kencana.
- Lovelock dan Wirtz, Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa Edisi 7.* Jakarta : Erlangga.
- Majid, Abdul. 2009. *Perencanaan Pembelajaran.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Norwell, N. 2005. *Top tips for handling complaints*. London : G.P.
- Pratminingsih, Sri Astuti. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis Edisi 2*. Jakarta : Erlangga.
- Rasyid, Ryaas. 2000. *Makna Pemerintahan: Tinjauan dari segi etika dan kepemimpinan*. Jakarta : Mutiara Sumber Widya.
- R. Wayne Pace dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Rosdakarya.
- Romli, Khomsahrial. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Grasindo.
- Ruslan, Rusadi. 2004. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfaberta.
- Sunarto. 2003. *Komunikasi Interpersonal*. Bandung : Graha Ilmu.
- Sunyoto, Danang . 2013 . *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Umar, Husein. 1998. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Wursanto. 2001. *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta : Kanasius Yogya.

**PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM PENYELESAIAN
KOMPLAINPELANGGAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN CV.GLORY
VICTORY DIKOTA MEDAN)**

Informan 1

Nama :

Umur :

Jabatan : Manager Pimpinan CV GLORY VICTORY Kota Medan

Daftar Wawancara

1. Apakah Informan pernah mengalami suatu permasalahan komplain pelanggan dengan perusahaan lain ?
Jawab :
2. Bagaimana cara anda sebagai pemimpin dalam menyelesaikan sebuah komplain pelanggan terhadap perusahaan lain ?
Jawab :
3. Bagaimana cara anda memberikan suatu perhatian baik karyawan anda sendiri dan admin perusahaan lain agar tidak menimbulkan sebuah komplain ?
Jawab :
4. Apabila dalam perusahaan anda mengalami suatu permasalahan internal. Bagaimana cara anda menyelesaikan sebuah masalah tersebut ?
Jawab :
5. Bagaimana cara anda mengamati sebuah berkembang perusahaan anda dan karyawan agar tetap stabil di bidang perdagangan export ?
Jawab :
6. Sejauh mana anda bisa menyelesaikan suatu komplain dengan perusahaan lain ?
Jawab :
7. Sebagai pemimpin, komplain yang bagaimana saja sudah anda diterima dari perusahaan yang ikut bekerja sama ?
Jawab :
8. Dalam satu bulan, sudah berapa jumlah komplain yang diterima oleh perusahaan anda ?
Jawab :
9. Apa yang anda lakukan apabila anda mengalami suatu komplain pelanggan yang cukup berat untuk diselesaikan ?
Jawab :
10. Dalam memberikan suatu pelayanan. Hal apa saja yang anda berikan kepada admin perusahaan lain agar tidak timbul sebuah komplain ?
Jawab :

**PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM PENYELESAIAN
KOMPLAINPELANGGAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN CV.GLORY
VICTORY DIKOTA MEDAN)**

Informan 1

Nama :

Umur :

Jabatan : **Admin Perusahaan Raiz Container, Samudera Lautan Luas, ICT**

1. Bagaimana anda menilai apabila seorang admin perusahaan lain tidak dapat memberikan suatu pesan dengan lengkap ?

Jawab :

2. Masalah komplain seperti apa yang sering diterima Admin Perusahaan Rain Container dengan perusahaan CV. GLORY VICTORY Kota Medan ?

Jawab :

3. Apakah penyebab timbulnya sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan lain

Jawab :

4. Sebagai admin perusahaan. Apakah sebuah komplain sudah sering terjadi apa tidak ?

Jawab :

5. Apa yang dilakukan seorang pemimpin didalam perusahaan anda. Apabila anda melakukan sebuah masalah berupa komplain pelanggan ?

Jawab :

6. Bagaimana cara anda menangani apabila terjadi suatu komplain pelanggan ?

Jawab :

7. Bagaimana sikap anda saat menghadapi admin perusahaan lain yang menyampaikan sebuah masalah berupa komplain ?

Jawab :

8. Media yang sering digunakan pelanggan untuk mengajukan komplain apa saja ?

Jawab :

9. Bagaimana cara proses penyelesaian proses sebuah komplain dengan perusahaan lain ?

Jawab :

10. Apa tanggapan anda apabila anda tidak bisa menyelesaikan sebuah komplain pelanggan dengan perusahaan yang ikut bekerja sama ?

Jawab :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Destri Praga Siagian
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tempat Tanggal Lahir : Sibolga, 03 Desember 1996
 Status Perkawinan : Belum Menikah
 Agama : Islam
 Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No.21

Status Keluarga

Nama Ayah : Tanjilun Siagian
 Nama Ibu : Iyang
 Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

Status Pendidikan

Tahun 2008 : SDN 081232
 Tahun 2011 : SMP NEGERI 3 SIBOLGA
 Tahun 2014 : SMA NEGERI 3 SIBOLGA
 Tahun 2014-2018 : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Jurusan Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi Humas
 Universitas Muhammadiyah Sumatera
 Utara

Demikian daftar riwayat hidup saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Terima kasih

Peneliti

Destri Praga Siagian