

ABSTRAK

POLA KOMUNIKASI PIMPINAN PT. FAJAR PUNCAK PRATAMA (TUPPERWARE-BANDUNG)

(Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Di Kota Bandung)

Oleh :

Hamdan Nurhidayat
NIM.41814184

Skripsi ini di bawah bimbingan:
Olih Solihin, S.Sos., M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung). Penelitian ini untuk menjawab tujuan penelitian maka fokus penelitian adalah mengenai pola komunikasi yang dilihat dari proses komunikasi, hambatan komunikasi dan jaringan komunikasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jumlah informan penelitian ini sebanyak 5 orang. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan melakukan wawancara secara mendalam, observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data online. Teknik analisis data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis dalam penelitian ini, bahwa pola komunikasi dilihat dari proses, hambatan komunikasi dan jaringan komunikasi. Proses komunikasi berupa pendekatan melalui komunikasi lisan secara bertahap dan memberikan semangat. Hambatan komunikasi dilihat dari waktu, situasi dan kondisi dimana hambatan komunikasi dapat dicegah dan diminimalisir. Jaringan komunikasi terbentuk di dalam internal perusahaan dengan struktur jaringan komunikasi berbentuk roda.

Kesimpulan pola komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dalam memotivasi karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) adalah Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) yang mendekati karyawannya dengan cara bertahap dengan selalu memberikan semangat kepada karyawannya

Saran bagi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) adalah dengan menerapkan cara yang lebih peduli karyawannya.

Kata kunci : Pola Komunikasi, Proses Komunikasi, Hambatan Komunikasi, Jaringan komunikasi, Motivasi.

ABSTRACT

LEADERSHIP COMMUNICATION PATTERNS PT. FAJAR PUNCAK PRATAMA (TUPPERWARE-BANDUNG)

(Descriptive Study Regarding Communication Patterns of Leaders of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) in Motivating Employees of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) in Bandung City)

by:

Hamdan Nurhidayat
NIM.41814184

This Research Is Under Guidance Of:
Olih Solihin, S.Sos., M.I.Kom.

This study aims to determine the Communication Pattern of the Leaders of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung). This research is to answer the research objectives so the focus of the research is on communication patterns seen from the communication process, communication barriers and communication networks.

The method used in this study is a Qualitative Method with a descriptive approach. The number of informants in this study was 5 people. The data collection techniques that the authors do by conducting in-depth interviews, observation, documentation, literature study, and online data search. Data analysis techniques with data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of the study obtained by the authors in this study, that communication patterns are seen from the process, communication barriers and communication networks. The communication process is in the form of an approach through verbal communication in a gradual and encouraging manner. Communication barriers are seen from the time, situation and conditions where communication barriers can be prevented and minimized. A communication network is formed within the internal company with a wheel-shaped communication network structure.

Conclusion of the communication pattern of the leadership of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) in motivating employees of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) is the Chairman of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) who approach their employees in a gradual manner by always giving encouragement to their employees.

Advice for leaders of PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) is to implement ways to better educate its employees.

Keywords: Communication Pattern, Communication Process, Communication Obstacle, Communication Network, Motivation.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motivasi dalam bekerja menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi setiap karyawan yang bekerja di dalam lingkungan perkantoran. Jika motivasi dalam bekerja tersebut telah memudar atau bahkan hilang maka karyawan tersebut kehilangan kredibilitas mereka dalam bekerja.

Karyawan bertugas untuk mengerjakan setiap tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepada dirinya dengan tujuan untuk memajukan perusahaan dan membesarkan nama perusahaan baik dikalangan umum maupun dikalangan karyawannya.

Sebuah perusahaan memiliki sosok seorang pemimpin untuk dijadikan seorang *public figure* atau contoh yang baik bagi karyawannya sehingga kredibilitas karyawan dapat muncul dan meningkat seiring kredibilitas mereka yang baik.

Sebuah organisasi ataupun lembaga di dalamnya terdapat pola komunikasi dan sangatlah diperlukan untuk saling menyampaikan dan bertukar pesan atau informasi yang akan disampaikan antar sesama pegawai ataupun karyawan yang terdapat di dalam lembaga ataupun suatu organisasi dalam membentuk karakter ataupun motivasi bagi setiap karyawannya.

Penerapan sebuah pola komunikasi dalam lembaga di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) sebagai wujud mempengaruhi antara sesama karyawan terhadap proses dalam memberikan motivasi diri kepada karyawan di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung). Pola komunikasi dalam suatu lembaga juga terjalin karena banyak faktor yang mempengaruhi pola komunikasi seseorang yang berdampak pada perilaku seseorang, cara pandang dan termasuk juga motivasi diri.

,Komunikasi dalam lembaga merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari, dimana proses pertukaran pesan antara pimpinan dan karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) ataupun proses komunikasi yang dilakukan antar sesama karyawan sangatlah diperlukan.

Bukan saja untuk bertukar atau menyampaikan informasi, tetapi kegiatan komunikasi tersebut akan berdampak pada kelangsungan perusahaan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) bahkan memiliki dampak positif pada peningkatan motivasi pada seluruh karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

Sebuah masalah yang terdapat di dalam perusahaan yaitu dalam hal berkomunikasi antara pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) terhadap karyawannya yang dapat dianggap menjadi sebuah masalah penting.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka telah ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Dari uraian diatas peneliti dapat merumuskan masalah makro yaitu :

“Bagaimana Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Adapun rumusan masalah mikro yang peneliti susun sebagai berikut :

1. Bagaimana Proses Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?
2. Bagaimana Hambatan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?
3. Bagaimana Jaringan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi

Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu untuk mengetahui, menganalisa dan menceritakan tentang pola komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)).

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Proses Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).
2. Untuk Mengetahui Hambatan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).
3. Untuk Mengetahui Jaringan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) Dalam Memotivasi Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

1.4 Kegunaan Teoritis & Praktis

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini adalah sebagai usaha untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan khususnya tentang pola komunikasi organisasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktisi, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang meliputi :

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sendiri,

khususnya dalam mengetahui pola komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas Komputer Indonesia

Peneliti berharap penelitian ini memiliki Kegunaan Bagi Universitas khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Humas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, referensi terkait dengan pola komunikasi pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung).

4. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Objek Penelitian.

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai hasil penelitian yang peneliti lakukan dilapangan yang disesuaikan berdasarkan judul yang peneliti angkat yaitu Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dalam memotivasi karyawannya. Peneliti mendapatkan data yang diperoleh dari lapangan yang telah disesuaikan dengan judul yang diangkat peneliti dalam rumusan masalah makro dan mikro. Peneliti melaksanakan kegiatan penelitian yang dimulai sejak bulan Februari 2018 Sampai dengan bulan Juli 2018. Demi untuk menguatkan dan memperjelas objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi dengan melakukan metode wawancara dan observasi mendalam dilapangan dengan informan kunci dan pendukung, untuk melihat langsung bagaimana Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dalam memotivasi karyawannya, kemudian untuk lebih memperjelas mengenai pembahasan hasil penelitian agar lebih komprehensif maka peneliti memaparkan dalam bentuk rumusan mikro

yaitu Proses Komunikasi, hambatan, dan jaringan komunikasi. Dalam mendeskripsikan hasil penelitian dan membahas hasil penelitian ini, peneliti membutuhkan informan kunci dan pendukung, dimana informan kuncinya adalah Pimpinan dari PT. Fajar Pratama Puncak, dan untuk memperkuat data yang diperoleh dilapangan peneliti mewawancarai informan pendukung yaitu karyawan PT Fajar Puncak Pratama. Keseluruhan teknik pemilihan informan peneliti menggunakan teknik Purposive.

4.2. Proses Pendekatan Informan

Sebelum itu peneliti akan memaparkan mengenai beberapa proses yang peneliti lakukan sebelum menetapkan judul yang akan peneliti angkat sebagai bahan dari penelitian, yaitu mengenai Pola Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dalam memotivasi karyawannya. Tahapan pertama peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian, dimana hal tersebut berguna untuk mengetahui situasi dan kondisi dilapangan itu seperti apa.

4.3. Deskripsi Identitas Informan dan Informan Pendukung

Pada penelitian ini, peneliti memilih informan berjumlah 5 (lima) orang, yang terdiri dari 1 (satu) Informan kunci, yaitu ibu Dra. Sofia Agnani, dan 4 (empat) orang informan pendukung yaitu karyawannya.

4.4. Analisis Deskripsi Mengenai Hasil Penelitian

Komunikasi organisasi merupakan suatu konteks komunikasi yang dapat dibilang paling efektif dalam mengupas hubungan dalam suatu perusahaan, antara pimpinan dan karyawannya. Karena komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung secara terstruktur dan memiliki pola-pola tertentu.

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Proses Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dan Karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)

Dalam sebuah penyampaian informasi, Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama(Tupperware-Bandung) melakukan sebuah proses komunikasi

kepada karyawannya dalam menyampaikan informasi agar mudah diterima, dipahami dan juga dalam memotivasi semangat karyawannya.

2. Hambatan Komunikasi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama(Tupperware-Bandung)dan karyawanPT. Fajar Puncak Pratama(Tupperware-Bandung)

Hambatan didalam sebuah proses komunikasi dapat mempengaruhi sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh Pimpinan, hambatan tersebut akan menghambat isi suatu pesan dari sebuah penyampaian informasi.

3. Jaringan Komunikasi PimpinanPT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)

Jaringan komunikasi yang terbentuk antara pimpinan dan karyawan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) adalah stuktur komunikasi roda dimana pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) sebagai poros utama atau pusat informasi bagi setiap karyawan.Setiap informasi yang akan disampaikan kepada karyawan, semuanya berasal dari pimpinan dan bukan dari karyawan lain, kecuali informasi tersebut telah turun dari pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) yang telah disebarkan ke karyawannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada Bab IV sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai sub fokus sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi antara pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dan karyawannya akan berjalan dengan baik bila pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) melakukan komunikasi secara terbuka, harmonis dan juga pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) mampu menghargai setiap kredibilitas karyawannya. Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) yang mendekati karyawannya dengan cara bertahap dengan selalu memberikan semangat kepada karyawannya.

2. Hambatan komunikasi yang terjadi antara pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dan karyawannya pun tidak begitu serius dan menurut peneliti setiap hambatan komunikasi yang terjadi masih dapat di cegah atau di minimalisir agar tidak mengganggu dan menghambat setiap proses komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) dengan Karyawannya.
3. Struktur Jaringan komunikasi yang terbentuk di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) adalah jaringan komunikasi roda dimana pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) berperan sebagai pusat kendali dan informasi bagi setiap karyawannya. Selain itu pola jaringan komunikasi di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) memiliki peranan yang di perankan oleh setiap divisi yang meliputi *opinion leader, gatekeepers, cosmopolites, bridge, liaison dan isolate*.

5.2 Saran

Peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Pimpinan PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung)

1. Sebagai seorang pemimpin memang diharuskan untuk merangkul karyawannya dengan proses komunikasi yang baik dan efektif untuk mendapatkan *feedback* baik dari karyawan juga tentunya.
2. Hambatan komunikasi yang seharusnya tidak terjadi di PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) seperti mati listrik dapat dengan mudah diatasi dengan menyediakan suplay listrik cadangan untuk meminimalisir hambatan komunikasi yang menghambat saat dilakukannya proses komunikasi
3. Tetapi untuk pola jaringan komunikasi nya sudah sangat baik dengan menerapkan pola jaringan komunikasi yang masing-

masing divisi memiliki peranan yang meliputi *opinion leader*, *gatekeepers*, *cosmopolites*, *bridge*, *liaison* dan *isolate*.

4. Selanjutnya sebaiknya PT. Fajar Puncak Pratama (Tupperware-Bandung) menambahkan divisi humas untuk melaksanakan fungsi humas secara fokus dan spesifik agar tidak mengganggu divisi lain yang sudah ada *jobdesk* kerjanya masing-masing.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.
2. Merencanakan penelitian dengan sebaik-baiknya, agar bisa mencapai semua target dalam sebuah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*, Jakarta: Profesional Books
- Effendi, Onong Uchjana, 2000. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Kartono, Kartini. 2003. *Pemimpin Dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Muhammad, Arni. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy & Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rivai, Veithzal. 2003. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabet.
- Widjaja, H.A.W, 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sumber Lain :

www.tupperware.co.id (diakses pada 8 Juni, 2018 pada jam : 20.00 WIB)

elib.unikom.ac.id (diakses pada 9 Juli, 2018 pada jam : 12.00 WIB)