BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Gaya komunikasi yang diterapkan oleh seorang Sales Manager kepada *team* sales nya, akan sangat dibutuhkan ketika para sales menghadapi tantangan dan rintangan yang dihadapi pada saat terjun ke lapangan. Masing-masing gaya komunikasi dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, tergantung pada maksud dari pengiriman (Sales Manager) dan harapan dari penerima (Sales). Menurut Sutarto "Ukuran keberhasilan dari pemberian komunikasi seorang manager yang efektif terhadap peningkatan motivasi pegawai perlu didukung adanya kerjasama yang harmonis antara manager dengan karyawan."(2002:300). Herwan parwiyanto dalam buku kajian komunikasi dalam organisasi mendefinisikan gaya komunikasi adalah :

> Gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*). (2011 : 7)

Keterampilan komunikasi melalui gaya komunikasi, mengisyaratkan kesadaran diri pada level yang tinggi. Setiap orang mempunyai "gaya komunikasi" yang bersifat personal, dimana dalam hal ini lebih kepada gaya khas

kepribadian seseorang di dalam berkomunikasi. Sehingga gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat didalam diri setiap manusia yang sukar untuk diubah. Selain itu Thoha berpendapat mengenai definisi gaya komunikasi pada diri seseorang yaitu:

> "Norma perilaku yang digunakan untuk seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang dilihat. Dalam hal ini usaha menselaraskan persepsi diantara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang yang akan dipengaruhi menjadi amat penting kedudukkan nya". (2012:57)

Gaya komunikasi seorang pemimpin di dalam perusahaan sangat mempengaruhi motivasi karyawannya, karena dengan gaya komunikasi yang digunakan/diterapkan oleh seorang Sales Manager dalam mengoordinasikan seluruh pekerjaan sesuai struktur juga tujuan perusahaan kepada para sales tersebut, akan menjadikan tujuan organisasi yang ingin dicapai akan mampu menempuh ke dalam titik keberhasilan. Hal ini tercapai apabila gaya komunikasi seorang pemimpin dalam Divisi tersebut mampu menyesuaikan dengan karakter masing-masing sales nya, karena apabila gaya komunikasi seorang Sales Manager hanya mengandalkan gaya ciri khas mereka tanpa melihat bahwa setiap manusia memiliki karakter sifat juga sikap yang berbeda pada si penerima pesan (sales), hal ini akan mempersulit bagaimana me-*manage* mereka untuk menyelesaikan tanggung jawab pekerjaan ke arah visi dan misi perusahaan.

Komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan untuk menunjang pekerjaan organisasi. Selain itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi

antara internalnya harmonis. Misalnya gaya komunikasi yang terjalin antar pemimpin dan bawahan. Dalam suatu perusahaan dibutuhkan sebuah pemimpin yang akan mengarahkan para anggota atau bawahannya dalam melakukan berbagai tugas dan peranan untuk dapat menghasilkan suatu hasil atau tujuan yang akan dicapai. Komunikasi ini pun tidak hanya bersifat komunikasi secara biasa, namun dalam hal ini diperlukan adanya komunikasi yang intens agar komunikasi tersebut nantinya mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) terhadap orang yang terlibat di dalam komunikasi, yang tentu saja dibangun berdasarkan sistem kepercayaan dan sistem nilai atau tata karma.

Gaya komunikasi merupakan penghubung interaksi yang terjadi oleh setiap manusia. Gaya komunikasi juga dinilai sebagai campuran komunikasi secara verbal dan non verbal yang digunakan untuk merefleksikan identitas kepribadian seseorang yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas diri. Gaya komunikasi akan menjadi bermakna manakala kita dapat menempatkan diri pada situasi dan kondisi berdasarkan sistem kepercayaan dan sistem nilai itu sendiri. Jika kedua hal tersebut dapat dikuasai dan dihayati, maka kita akan mudah melakukan interaksi dengan siapa pun, dan dimana pun. Gaya komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemimpin harus disesuaikan dengan karyawan yang bisa menciptakan kenyamanan bagi mereka, sehingga terciptanya hubungan harmonis. Terdapat beberapa gaya komunikasi pemimpin yang bisa menciptakan motivasi kerja karyawan. Di mana beberapa gaya tersebut sudah melekat pada kepribadian seorang pemimpin seperti manager yang nantinya

menjadi acuan, dorongan, dan motivasi kepada para karyawan agar bekerja lebih maksimal, lebih teroganisir, dan lebih tanggung jawab atas pekerjaan mereka.

Motivasi kerja karyawan yang tinggi dapat didukung dengan adanya macam-macam gaya komunikasi yang tepat dari pemimpin, sebaliknya gaya komunikasi yang kurang tepat dari pemimpin dalam penerapannya akan kurang memotivasi bawahan dalam melakukan tugas-tugasnya. Menurut Robbins yang di kutip oleh Hakim ia mengatakan bahwa : Motivasi adalah dorongan, upaya dan keinginan yang ada di dalam diri manusia yang mengaktifkan, memberi daya serta mengarahkan perilaku untuk melaksanakan tugas-tugas dengan baik dalam lingkup pekerjaannya (2006:167). Ia melanjutkan bahwa motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran. Dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan motivasi kerja dari karyawan bergantung juga pada bagaimana gaya komunikasi pemimpin seperti Sales Manager yang peneliti ambil, dimana gaya yang telah menjadi ciri khas nya digunakan di dalam perusahaan untuk menunjang pekerjaan. Semua tindakan yang diambil dalam setiap kegiatan ditentukan oleh manusia yang menjadi anggota perusahaan. Peneliti melihat bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon ini mempunyai strategi gaya tersendiri pada saat memberi arahan, memberi perintah, atau disaat Sales Manager dengan para Sales *sharing* masalah pekerjaan. Misalnya dengan keakraban, keterbukaan, ketegasan, humoris, dan sebagainya. Beliau juga mengharapkan dengan pengaplikasian gaya komunikasi yang menjadi

kepribadiannya akan menjadi motivasi tersendiri bagi para karyawan agar tetap, dan semakin meningkatkan target penjualan di Divisi Sales Cirebon.

Seorang pemimpin dalam sebuah divisi akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang Sales Manager di sini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya, dan gaya yang memiliki tiga pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, dimana hal ini merupakan gaya dasar yang harus dilakukan oleh seorang manager dalam suatu organisasi pada umumnya. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Buku Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi "Terdapat enam Gaya Komunikasi yang biasanya terdapat di dalam diri seorang pemimpin dalam sebuah perusahaan, yaitu : *The Controlling Style, The Equalitarian Style, The Structuring Style, The Dynamic Style, The Relinguishing Style, & The Withdrawal Style".* (Rohim, 2009: 115-116)

Dari keenam gaya komunikasi di atas, umumnya jika dikaitkan dengan gaya yang dipakai oleh seorang pemimpin karyawan seperti Sales Manager untuk mempengaruhi, memberi perintah, terbuka, memberi arahan, dan sebagainya kepada karyawan (sales) dalam mencapai sebuah target penjualan atau tujuan organisasi yang ingin dicapai, ini akan menjadi pilar yang membantu dalam menyelesaikan tanggung jawab mereka. Hal ini karena teknik dalam berbicara, berbahasa, kontak mata, dan intonasi suara yang akan membantu dalam hal memberi perintah juga arahan merupakan hal yang sangat penting. Sehingga

dalam hal ini karyawan merasa diperhatikan, dan mendapat acuan untuk berani *sharing* apa yang menjadi masalah di lapangan, apa kendala yang dihadapinya, apa yang harus mereka kerjakan. Dengan bekal gaya komunikasi seorang manager yang diberikan terhadap mereka, masing-masing karyawan akan merasa percaya diri untuk menyelesaikan tanggung jawab nya dalam bekerja, karena dengan seperti itu karyawan akan merasa diperhatikan juga diperdulikan sehingga mereka merasa terpacu dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan pendapat menurut Kaplan, ia mendefinisikan arti gaya komunikasi adalah: "Gaya komunikasi adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang secara verbal maupun non verbal, atau ciri khas seseorang dalam mempersepsikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain" (2000:154). Bukan hanya kaplan, Raynes pun mengemukakan gaya komunikasi yang dikutip dari buku Alo Liliweri yaitu:

> "Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini juga termasuk nada, volume dari komunikasi non verbal atas semua pesan yang diucapkan." (2011:309)

Melihat definisi tersebut jelas membuktikan bahwa gaya komunikasi dapat dilihat dari komunikasi verbal dan non verbal. Sebenarnya melihat dari pengertian beberapa macam gaya komunikasi yang disebutkan Rohim sebelumnya, dari sisi pengertiannya gaya komunikasi mencakup verbal dan non verbal yang bisa dilihat seperti ketika seorang Sales Manager memberi perintah kepada karyawan, mengatur peilaku karyawan, mampu membina hubungan yang baik dengan karyawan, mampu memantapkan tujuan organisasi. Interaksi ini juga dibantu

dengan merencanakan pesan secara non verbal, seperti melakukan kontak mata, intonasi suara, dan memperlihatkan ekspresi wajah pada saat berinteraksi dengan karyawan. Dalam penelitian ini peneliti tidak hanya memiliki tujuan untuk mengulas gaya komunikasi Sales Manager dalam meningkatkan motivasi sales. Tetapi, peneliti juga mengamati seperti apa gaya komunikasi dari seorang Sales Manager, dengan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal dalam saat melakukan proses memberi perintah, mengatur perilaku karyawan, dan sebagainya yang sudah peneliti jelaskan di atas agar tercapainya sebuah tujuan perusahaan. Komunikasi verbal dan non verbal seorang pemimpin seperti Sales Manager akan mempengaruhi bagaimana para sales tersebut menjalankan tanggung jawab mereka. Selain itu bahwa komunikasi verbal dan non verbal ini pun sangat berguna ketika seorang Sales Manager menghadapi para sales yang pada umumnya mempunyai karakter yang berbeda satu dengan yang lainnya, ini akan sangat membantu Sales Manager memantapkan perintahnya kepada para sales agar mereka bekerja sebagaimana mestinya. Bukan hanya hal itu ketika para sales menghadapi masalah yang berarti di lapangan peran seorang Sales Manager dengan adanya gaya komunikasi verbal dan non verbal kepada mereka akan membantu untuk mempengaruhi motivasi sales tersebut.

Melihat pentingnya sebuah gaya komunikasi dari seorang Sales Manager jika dikaitkan dengan peningkatkan motivasi para sales nya memang harus dibenahi secara serius, karena Divisi Sales merupakan ujung tombak sebuah perusahaan. Kita lihat dari sisi nyata yang ada pada saat ini bahwa semakin pesatnya persaingan antar perusahaan maka semakin besar tantangan yang harus

dihadapi oleh perusahaan untuk mengembangkan perusahaannya. Selain hal itu pengetahuan masyarakat terhadap produk juga merupakan strategi dari perusahaan dalam menerapkan strategi penjualan dalam Divisi Sales ini. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar dapat mengembangkan perusahaan dengan baik yaitu akan sangat dibantu dengan adanya Divisi Sales tersebut. Divisi Sales mempunyai peranan dan tugas yang fokus pada penjualan produk, dan bertujuan untuk meningkatkan target penjualan. Setiap divisi yang ada sudah mempunyai *job description* nya masing-masing, begitu juga dengan Divisi Sales yang di dalamnya terdapat pimpinan serta karyawan yang sudah terorganisir pada Divisi tersebut. Pimpinan di Divisi Sales disebut dengan Sales Manager, Sales Manager bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, memonitor dan mengevaluasi sistem kerja sales di agen dan sub agen, serta strategi penjualan yang akurat dan efektif untuk mencapai target perusahaan yang dikerjakan oleh karyawan sales. Peranan sebagai seorang Sales Manager yang sangat baik akan menjadi jembatan bagi pencapaian *team* sales yang menunjang performa dan motivasi dalam sebuah perusahaan. Nilai keuntungan / kerugian yang diperoleh dari Divisi Sales dalam penjualan produk menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan, dan ini sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan tersebut. Namun, menjadi seorang Sales Manager itu bukan pekerjaan yang mudah di dunia pekerjaan, seorang *leadership* yang kurang baik akan mengorbankan seluruh performa sales *brand* yang mereka kerjakan serta akan berakibat pada penurunan penjualan dalam sebuah perusahaan.

Peningkatan motivasi karyawan (sales) yang dipengaruhi dari gaya komunikasi seorang Sales Manager diatas sangat dibutuhkan di PT. Rema Tip Top saat ini. PT. Rema Tip Top merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1971 yang dipelopori oleh Rubber & Steel Conveyor Belt Cold Splicing di Indonesia. PT. Rema Tip Top merupakan salah satu distributor untuk peralatan bengkel otomotif, dan juga membuat produk-produk yang berhubungan dengan dunia otomotif. Tumbuh pesatnya industri otomotif di Indonesia saat ini, seiring berjalannya waktu PT. Rema Tip Top selalu berusaha untuk terus berinovasi dan menciptakan produk yang berkualitas berbasis teknologi serta menjadi produk unggulan.

PT. Rema Tip Top menciptakan sebuah produk dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi tadi yang diberi nama "*No Doubt Smart Control*". *No Doubt Smart Control* adalah sebuah produk otak pintar atau *processor* pintar yang ditanam pada mobil sehingga memungkinkan pemilik mobil melakukan kendali penuh atas mobilnya di mana pun dan kapan pun. Mobil akan berkomunikasi ketika terjadinya pembukaan pintu mobil secara ilegal, ketika orang asing mencoba memecahkan kaca jendela mobil, ketika seseorang memutuskan aliran listrik dari aki mobil ataupun mencoba menghidupkan mobil secara paksa, maka mobil akan segera menelepon, dan mengirimkan pesan sms kepada pemiliknya untuk melaporkan hal-hal tersebut. Mobil akan mampu mengirimkan *signal* tanda bahaya kepada anggota keluarga di rumah, sekaligus memberitahukan posisi keberadaan mobil dengan memanfaatkan alat kendali mobil yang mampu terhubung dengan telepon seluler yaitu *operation system* (OS) berbasis Android

maupun iOS, yang di dalam nya terdapat sebuah aplikasi yang menyediakan fungsi 50 fitur canggih dari produk *No Doubt Smart Control* pada aplikasi tersebut.

Dengan adanya produk tersebut perusahaan akan mampu menciptakan sebuah perangkat berbasis teknologi yang tersimpan pada sebuah mobil. Tentunya hal itu telah menjadikan perusahaan harus mampu bersaing di era teknolgi saat ini yang terus berkembang. Diciptakannya produk ini Divisi Sales harus melakukan kewajibannya secara ekstra, mengingat persaingan di dunia kerja khususnya dunia otomotif akan terus berkembang dengan semakin canggihnya teknologi. Pemimpin di Divisi Sales harus mampu mempersuasi orang lain, menstimulasi orang lain, dan mensistemasi lingkungan kerja. Namun sayangnya kecanggihan produk yang dibuat oleh PT. Rema Tip Top ini belum dimanfaatkan dengan baik oleh Divisi Sales di Cirebon. Pada awal bulan Januari 2016 Divisi Sales Cirebon mengalami penurunan penjualan yang diakibatkan oleh menurun nya motivasi para sales. Persepsi bahwa awal bulan itu menjadi awalan yang baik tidak terjadi pada area Cirebon. Dari hal ini lah peneliti melihat bahwa peningkatan motivasi karyawan kembali di Divisi Sales sangat diperlukan guna mengembangkan kembali target penjualan, dan memperbaiki pencapaian penjualan produk perusahaan. Berdasarkan data hasil wawancara dengan Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon, mengatakan bahwa:

> “Kami terlalu terlena dengan keberhasilan hasil penjualan yang maksimal pada laporan akhir tahun 2015 khusus Area kami yang mendapat apresiasi langsung dari pemimpin perusahaan di Jakarta, percaya diri yang berlebihan memang tidak baik hingga kami lupa untuk belajar lebih luas

> lagi agar tetap meningkatkan hasil penjualan, karena dengan kami mendapat prestasi yang memuaskan akan membuat area lain terpacu untuk melebihi kami, dan hal ini benar terjadi pada awal tahun 2016." (Wawancara dengan Muhammad Siddiqi, 3 Februari 2016).

Peneliti melihat di perusahaan ini bahwa fakta nya di dunia sales kegagalan bukan hanya di dominasi oleh *team* sales saja, namun juga terdapat bisa saja dari Sales Manager kepada *team* sales mereka. Hampir segelintir orang umumnya mempunyai persepsi bahwa rendah nya hasil penjualan di dalam perusahaan biasanya diakibatkan oleh sebagian para sales yang memang tidak mempunyai bakat menjual, padahal para sales ini sangat bisa memiliki bakat tersebut apabila Sales Manager mereka memiliki kemampuan, dan strategi untuk selalu melatih para sales menjalankan kewajibannya. Hal ini sangat disayangkan karena pada akhir tahun 2015 peneliti melihat bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh Sales Manager di perusahaan tersebut sudah sangat mampu menstimulasi para sales agar bekerja lebih baik, dan lebih cepat. Hal ini yang membuat peneliti memilih gaya komunikasi yang akan peneliti teliti, karena pada akhirnya dengan gaya komunikasi yang beliau terapkan, pada akhir tahun tersebut peneliti melihat bahwa para sales benar-benar terpengaruh dengan arahan yang diberikan, dan ternyata benar dengan gaya komunikasi yang diterapkan team divisi sales mendapatkan apresiasi di akhir tahun 2015. Namun sayangnya terlalu cepat puas dengan hasil yang dicapai sebelumnya dengan susah payah membuat penjualan mereka menurun begitu saja, peneliti ingin mengetahui mengapa hal ini bisa terjadi karena yang peneliti tahu pada akhir tahun prestasi mereka sangat baik dengan mendapat *reward* dari pimpinan pada laporan akhir tahun 2015, apakah

hal ini faktor masih kurangnya gaya komunikasi yang diterapkan atau tidak. Peneliti juga bertanya sedikit kepada beberapa sales, dan mereka berkata :

> "Setelah apresiasi tersebut, beliau kurang bergerak cepat belajar lebih luas lagi padahal interaksi yang sudah ada di dalam dirinya sudah bisa kami pahami, maka dari itu kami ingin beliau meluaskan ilmunya lebih dari sebelumnya untuk menjadi acuan yang baik bagi kami dalam berkomunikasi kedepannya, karena jika kami hanya sampai disini area lain akan lebih maksimal mengejar target untuk melewati lagi" (Wawancara dengan Sales Eksekutif Hani Mutiara 3 Februari 2016).

Diluar hal tersebut para sales juga melihat masih kurangnya komunikasi yang lebih *intens* antara Sales Manager dengan mereka setiap harinya disaat para sales sedang terjun ke lapangan guna mengetahui kendala, tantangan, dan masalah di lapangan dan ini yang membuat motivasi para sales menurun. Sales Manager terlalu percaya dengan apa yang disampaikan setiap hari nya oleh para sales tanpa melihat fakta di lapangan untuk mengevaluasinya. Selain itu juga terdapat beberapa faktor mengapa penurunan kinerja tersebut bisa terjadi dari sisi Sales Manager, dan beliau menyadari hal-hal seperti masih kurangnya perhatian pada sistem dan proses penjualan di lapangan, masih kurangnya pengetahuan yang lebih luas mengenai membimbing dan memonitor/pengawasan sales *person*, masih kurangnya memberi perintah yang lebih luas dalam pekerjaan di lapangan, masih kurangnya keterbukaan dengan para sales, masih kurangnya keterampilan untuk menghadapi segmentasi pelanggan, masih proses dalam mengenal lebih jauh karakter masing-masing sales dan sebagainya. Sales Manager Cirebon menjelaskan kesalahan disini bukan dari dirinya saja namun dari para sales juga, mereka sama-sama sadar bahwa kesalahan juga kekurangan ini ada di tangan antara Sales Manager dengan Sales. Dari sisi para sales terdapat beberapa faktor

mengapa penurunan penjualan yang di akibatkan dari menurunnya motivasi sales dari masalah yang ada bisa terjadi, masing-masing manusia mempunyai kelebihan dan kekurangannya tersendiri, begitu juga para sales Area Cirebon. Penurunan ini memang diakui karena kesalahan mereka, tiap sales jelas memiliki karakter juga sifat yang berbeda. Hal ini yang paling sulit bagi seorang Sales Manager, bagaimana beliau menyatukan perbedaan karakter tiap sales guna mencapai satu tujuan yang sama. Beliau mengatakan bahwa :

> "Banyak kekurangan yang muncul dari tiap karakter para sales yang harus saya perbaiki, karena saya akui bukan karena terlena prestasi pada tahun 2015 saja namun fakta yang lain para sales masih banyak memiliki kekurangan dalam hal pekerjaan yang masih terus dievaluasi, komunikasi dan interaksi yang lebih luas perlu saya tingkatkan kembali agar mereka lebih termotivasi seperti dalam hal pemahaman mengenai *product knowledge* dari para sales, sebagian sales terkadang hanya melakukan rutinitas namun tidak fokus pada target, masih kurang pandai membangun relasi, cepat puas dengan apa yang sudah dicapai sebelumnya, belum tangguh menangani penolakan dari konsumen, dan belum mampu me-*manage* waktu dengan baik. Dengan adanya masalah tersebut saya memang harus belajar berinteraksi yang intens dengan pemahaman yang lebih luas bagaimana menghadapi para sales di Cirebon. (Wawancara dengan Muhammad Siddiqi, 3 Februari 2016).

Dalam menghadapi permasalahan diatas terutama menyatukan perbedaan karakter untuk satu tujuan yang sama dalam perusahaan, seorang Sales Manager dituntut untuk menyusun strategi *team* sales secara rinci lebih luas lagi guna menciptakan komunikasi yang lebih, tentunya dengan menggunakan keterampilan, kemampuan, dan khususnya gaya komunikasi yang sesuai saat pesan ataupun strategi tersebut disampaikan kepada para sales. Komunikasi yang berhasil antara Sales Manager dengan para sales sangatlah penting untuk menunjang *job description* mereka, namun dalam proses ini tidaklah selalu mulus,

tentunya akan banyak terjadi hambatan-hambatan yang terjadi. Hambatan yang sering muncul adalah hambatan keterbatasan juga karakter yang berbeda di antara keduanya. Hambatan tersebut tentunya bukan menjadi suatu pengganjal yang berarti, karena semua hambatan pastinya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat apabila tujuan komunikasi itu benar di terapkan.

Dalam hal ini memang yang peneliti lihat bahwa terdapat hambatan komunikasi yang terjadi diantara keduanya, seperti hambatan organisasi yaitu hambatan yang timbul akibat komunikasi dengan atasan atau bawahan mengalami kendala seperti tingkat pemahaman terhadap suatu informasi yang berbeda yang mengakibatkan *miscommunication* yang diartikan menjadi pemikiran yang berbeda atau salah pengertian antara keduanya. Tentunya hal ini akan menjadi hambatan yang akan terus tertanam apabila komunikasi diantara keduanya tidak dirubah ke arah yang lebih baik. Para manager sering tidak memperhatikan ketika motivasi karyawan sudah terlalu buruk dan kemudian segala sesuatunya menjadi serba salah. Oleh karena itu hal ini seharusnya dimanfaatkan seorang Sales Manager untuk lebih dekat dengan para sales, apa saja yang terjadi di lapangan, apa saja kendala yang mereka lalui selama bekerja, dan sebagainya. Hal ini juga akan menopang pengurangan masalah antara seorang Sales Manager dan para sales yang nantinya dibantu dengan adanya gaya komunikasi yang dipakai oleh seorang Sales. *Feedback* diantara keduanya dapat mempengaruhi bahkan menentukan berhasilnya komunikasi, maka dari itu gaya komunikasi yang sudah ada harus benar-benar diterapkan, dan lebih diperluas dalam menunjang pekerjaan keduanya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan memfokuskan secara khusus tentang Gaya Komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon Dalam Meningkatkan Motivasi Sales.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang peneliti kemukakan di atas maka peneliti merumuskan masalah dan membaginya menjadi rumusan masalah makro dan mikro :

1.2.1. Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah "Bagaimana Gaya Komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon Dalam Meningkatkan Motivasi Sales?".

1.2.2. Rumusan Masalah Mikro

Adapun pertanyaan mikro dalam penelitian ini adalah :

1 Bagaimana Komunikasi Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales?

2 Bagaimana Komunikasi Non Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini pun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai "Gaya Komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon Dalam Meningkatkan Motivasi Sales".

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka perlu adanya tujuan yang terarah dari penelitian ini. Oleh karena itu adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1 Untuk mengetahui Komunikasi Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales.

2 Untuk mengetahui Komunikasi Non Verbal Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi secara umum dan khususnya mengenai "Gaya komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales". Selain itu pula dapat menjadi acuan dan dapat memperdalam pengetahuan juga teori mengenai informasi-informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini untuk peneliti adalah memberikan pengetahuan lebih mendalam tentang gaya komunikasi Sales Manager PT. Rema Tip Top Cirebon dalam meningkatkan motivasi sales. Penelitian ini memberikan wawasan baru bagi peneliti tentang berbagai macam gaya komunikasi yang ada pada diri individu khususnya sebagai seorang *manager* di dalam perusahaan. Penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui berbagai definisi komunikasi dalam bentuk nyata dan membandingkan dengan keadaan yang sebenarnya dalam penelitian.

1.4.2.2 Bagi Akademik

Secara praktis penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa/i Universitas Komputer Indonesia secara umum, dan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus tentang gaya komunikasi yang sudah ada yang dapat dijadikan literatur dan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat pandangan yang baik di mata masyarakat dan memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat luas berkenaan dengan gaya komunikasi seorang Sales Manager kepada sales nya agar mampu meningkatkan motivasi mereka masing-masing serta tanggung jawab atas kewajiban mereka di dalam perusahaan.