POLA KOMUNIKASI DIVISI PRODUKSI PT. TRIMAS SARANA GARMENT INDUSTRY DI KABUPATEN BANDUNG

(Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Divisi Produksi
PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung
Dalam Mengembangkan Etos Kerja Karyawan)

Moch Fathul Barry

Komunikasi Konsentrasi Humas , Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur No. 112-116, Indonesia 40132

ABSTRACT

This research aim to know the communication pattern of Production Division PT Trimas Sarana Garment Industry in Bandung Regency on developing employees work ethic. The purpose of this research was to know the message flow communication, organizational communication barriers, and the pattern of organizational communication at the Production Division of PT. Trimas SGI.

The method on this research used descriptive qualitative approach method. Researchers used technique was purposive sampling, and then retrieved the key informant numbered 3 (three) people and supporting informant 2 (two) people. Search data obtained from the studied of the literature search with online data and studied of literature, as well as field studied by doing observation, interviews, and also documentation on the field. Analysis data method that research use was collectioned data, reduction data, present the data and conclusion.

The results of this study indicated that the current message was entwined in a structured and interlinked between one another with the title position, both from the manager to the operator and vice versa. This form of communication patterns of organization which can be seen from the role of network communication organization in PT. Trimas SGI Bandung Regency. The barriers that often happened i.e. a factor of feelings, such language because the use of foreign language is japanese language, Selective perception, and also in receipt of information due to the level of the position.

Conclusion this study explained that the communication pattern performed by the production division of PT Trimas SGI in Bandung Regency although it has many employees and the level of the position, but the communication was created in accordance with the objectives of the organization, namely can keep employee work ethic. Thus the ethos of employees who still cannot fix, and existing can continue to be developed, as well as embracing the peer in order to implement teamwork well.

Suggestions that researchers give was to be able to selectively remove obstacles by not sorting out pick the communicators, the entire party can keep the work environment so that the situation didn't become obstacles during work activities, boss and employees can perform two-way communication with intense work ethic so that it could be developed and produced a good teamwork.

Keywords: *Communication pattern, message flow, communication barriers, employee work ethic, PT Trimas SGI*

Abstrak

Maksud Penelitian ini untuk mendeskripsikan Pola Komunikasi Divisi Produksi PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung Dalam Mengembangkan Etos Kerja Karyawan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui **arus pesan** komunikasi, **hambatan komunikasi organisasi**, dan **pola komunikasi organisasi** di Divisi Produksi PT.Trimas SGI.

Metode pada Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi deskriptif. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, lalu diperoleh informan kunci berjumlah 3 (tiga) orang dan informan pendukung 2 (dua) orang. Pencarian data diperoleh dari studi pustaka yaitu dengan penelusuran data *online* dan studi literatur, serta studi lapangan dengan melakukan observasi, wawancara, dan juga dokumentasi di lapangan. Teknik analisa data yang peneliti gunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa arus pesan terjalin secara terstruktur dan saling berhubungan antara satu jabatan dengan jabatan yang lain, baik dari manajer hingga operator dan sebaliknya. Hal ini membentuk pola komunikasi organisasi yang dapat terlihat dari peranan dalam jaringan kerja komunikasi organisasi di PT.Trimas SGI Kabupaten Bandung. Hambatan yang kerap terjadi yaitu faktor perasaan, pemaknaan bahasa karena penggunaan bahasa asing yaitu bahasa Jepang, dan juga persepsi selektif dalam penerimaan informasi karena tingkatan jabatan.

Kesimpulan penelitian ini menjelaskan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh divisi produksi PT.Trimas SGI di Kabupaten Bandung berjalan sesuai dengan tujuan organisasi yaitu agar tetap dapat menjaga etos kerja karyawan. Sehingga etos karyawan yang telah ada dapat diperbaiki dan dapat terus dikembangkan, serta merangkul rekan kerja agar dapat melaksanakan *teamwork* dengan baik.

Saran yang peneliti berikan adalah agar dapat menghilangkan hambatan selektif dengan tidak memilah milih komunikator, seluruh pihak dapat menjaga situasi lingkungan kerja sehingga tidak menjadi hambatan saat berlangsungnya aktifitas kerja, atasan dan karyawan dapat menjalankan komunikasi dua arah dengan intens sehingga etos kerja bisa lebih dikembangkan dan menghasilkan *teamwork* yang baik.

Kata Kunci : Pola komunikasi, arus pesan, hambatan komunikasi, etos kerja karyawan, PT Trimas SGI

1. Latar Belakang

Pola komunikasi pada suatu perusahaan baik secara menyeluruh ataupun divisi menggambarkan bagaimana bentuk komunikasi yang terjalin dalam lingkungan perusahaan tersebut. Komunikasi yang berlangsung dalam ruang lingkup perusahaan dapat berupa komunikasi dari atasan kepada bawahan, juga antara karyawan dengan karyawan lainnya yang memiliki fungsi masing-masing dalam sebuah aliran informasi, baik secara horizontal ataupun vertikal. Pola komunikasi yang terbentuk dapat mempengaruhi etos kerja karyawan sehingga dibutuhkannya pola komunikasi yang jelas dan baik agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan dalam penyampaian informasi. Begitu pula dengan pola komunikasi yang terbentuk di divisi produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry (SGI).

Pola komunikasi merupakan bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

"Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami". (Djamarah, 2004:1).

Divisi produksi memiliki peranan penting di PT.Trimas SGI, divisi produksi bertugas memproduksi *men trousers* dan *ladies pants*. Sehingga dalam penyampaian informasi tentang bagaimana model, warna, bahan serta proses pengerjaan produk dapat sesuai dengan yang diinginkan *buyer*. Maka dari itu, pola komunikasi yang berlangsung pada divisi produksi perlu tersusun dengan baik agar terhindar dari berbagai hambatan komunikasi khususnya hambatan komunikasi organisasi yang dapat menimbulkan kesalahan kerja.

Divisi produksi PT.Trimas SGI memiliki cukup banyak staff dan operator jika dibandingkan dengan divisi lainnya, dengan jumlah keseluruhan 817 orang karyawan. Jika dilihat dari struktur organisasi, divisi produksi memiliki berbagai macam tingkat dan jenis jabatan. Tingkatan dalam divisi ini masing-masing memiliki peranan dan tugas yang berbeda-beda agar terjalin kerja sama yang baik antar karyawan, baik itu secara vertikal ataupun horizontal sesuai dengan aliran informasi yang terjadi dalam divisi produksi PT.Trimas SGI.
Penyampaian informasi pada divisi produksi dilakukan dengan berbagai cara, baik secara berurutan tergantung pada kepentingan terkait pekerjaan. Tidak semua informasi perlu tersampaikan pada semua karyawan. Namun ada beberapa informasi penting yang hanya perlu diketahui oleh jabatan-jabatan tertentu, hal tersebut dilakukan untuk menjaga privasi perusahaan serta menjaga dari munculnya isu-isu yang disebabkan oleh perbedaan pendapat.

Karyawan divisi produksi PT.Trimas SGI sebagian besar dalam usia produktif atau muda serta lulusan sekolah menengah atas dan kejuruan. Minimnya pengalaman kerja membuat karyawan tersebut membutuhkan arahan serta instruksi yang lebih jelas, baik dari atasan ataupun karyawan lainnya yang memiliki pengalaman lebih. Hal tersebut dilakukan agar dapat lebih mudah dimengerti dan tidak terjadi kesalahan saat berlangsungnya kegiatan kerja.

Pada pertengahan tahun 2016 terdapat kemunculan permasalahan dari turunnya etos kerja para karyawan divisi produksi seperti tingkat kecepatan penguasaan teknik dalam mendalami suatu proses kerja yang baru, kurangnya tanggung jawab dari operator karena kesalahan-kesalahan yang dibuat dalam proses kerja, kurangnya kepercayaan karyawan karena kabar yang kurang akurat seperti perubahan hari kerja ataupun hari libur, hasil produksi tidak mencapai target perusahaan dan tingkat perbaikan produk yang cukup tinggi, sehingga membuat lambatnya perusahaan untuk mencapai target produksi yang diharapkan. Dari beberapa hal

tersebut menunjukan adanya penurunan pada etos kerja karyawan yang disebabkan oleh beberapa masalah, dan perlu di kembangkan agar dapat kembali menjadi stabil ataupun lebih baik lagi.

Pola komunikasi yang terjadi antara karyawan dalam berbagai tingkat jabatan di divisi produksi PT.Trimas SGI dapat mempengaruhi karyawan perusahaan tersebut khususnya dalam mengembangkan etos kerja. Saat berlangsungnya pola komunikasi dalam ruang lingkup perusahaan, dapat terjadi berbagai hambatan sehingga munculnya masalah-masalah yang dapat mengganggu aktivitas kerja perusahaan seperti miss komunikasi, perbedaan pemahaman informasi, hingga kurangnya keterbukaan saat berlangsungnya komunikasi, membuat adanya informasi yang tidak tersampaikan dengan baik. Penanganan atau penyelesaian pada masalah tersebut perlu dilakukan agar tidak mengganggu atau menghambat perkembangan karyawan ke arah yang lebih baik, khususnya etos kerja karyawan.

Berdasarkan data dan fakta yang ditemukan saat berlangsungnya observasi, ada beberapa masalah yang membuat menurunnya etos kerja yang pada umumnya dapat dimengerti sebagai semangat kerja atau keprofesionalan seorang karyawan seperti sering terjadinya miss komunikasi terkait informasi produk untuk di produksi dari atasan ke operator sehingga adanya perbedaan ukuran, jenis, bahan yang berbeda untuk diterapkan pada produk yang dimaksud. Dari satu masalah tersebut dapat menyebabkan timbulnya masalah-masalah lain mulai dari saling menyalahkan sehingga membuat suasana kerja menjadi tidak nyaman dan tidak kondusif. Masalah-masalah tersebut pun secara tidak langsung mengakibatkan kerugian pada perusahaan dan juga karyawan baik segi biaya, waktu, juga tenaga kedua belah pihak.

Pada umumnya, sebuah perusahaan melakukan komunikasi secara rutin untuk menyampaikan informasi ataupun perintah. Cara menyampaikan informasi dan perintah tersebut dapat mempengaruhi bagaimana hasil dari komunikasi yang dilakukan. Sebagai contoh, perintah yang diberikan oleh seorang atasan kepada karyawannya dapat menimbulkan resistensi dari para karyawan tersebut apabila disampaikan dengan cara yang tidak tepat. Hal-hal tersebut dapat terjadi tidak hanya dari atasan kepada bawahan saja, akan tetapi juga di antara karyawan.

Semakin baik pola komunikasi yang diterapkan oleh suatu divisi maka akan semakin mudah dalam menjalankan fungsi serta tujuan divisi tersebut, yang tentunya searah dengan visi misi perusahaan. Dengan pola komunikasi yang terjalin dengan baik pada ruang lingkup perusahaan, terutama dari seorang atasan pada karyawan, maka akan semakin mampu untuk menjalin komunikasi secara terbuka dengan karyawannya, meningkatkan rasa saling percaya, dan dapat menjadikannya sebagai pemimpin yang mampu untuk menginspirasi karyawannya sehingga dapat mengembangkan etos kerja karyawannya untuk bekerja mencapai tujuan-tujuan yang bersifat intrinsik. Sehingga lebih tinggi tingkatannya dari pada sekedar tujuan-tujuan yang bersifat ekstrinsik yang lebih rendah tingkatannya. Memotivasi bawahannya untuk berkinerja lebih dari yang diharapkan dengan menginspirasi bawahannya untuk fokus pada misi-misi luar biasa yang lebih luas yang jauh melebihi kepentingan pribadinya atau lebih memprioritaskan hal penting seperti jobdesk yang merupakan tanggung jawab berbentuk tugas utama pada setiap karyawan.

Di dalam komunikasi terdapat beberapa macam komunikasi seperti komunikasi organisasi,

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

(R.Wayne Face & Don F. Faules dalam Deddy Mulyana, 2010 :31).

Komunikasi organisasi memiliki tiga bentuk aliran arah informasi, yaitu informasi yang berpindah secara formal dari orang yang memiliki otoritas tinggi ke orang lain yang otoritasnya lebih rendah, hal tersebut disebut komunikasi ke bawah (downward) yang umumnya dari atasan kepada bawahan. Adapula yang bergerak dari orang yang memiliki otoritas lebih rendah ke orang yang memiliki otoritas lebih tinggi, yang disebut komunikasi ke atas (upward), hal tersebut dapat berupa laporan, saran atau masukan dari bawahan kepada atasan. Sedangkan arah aliran informasi dari sesama atau memiliki otoritas yang sama, disebut komunikasi horisontal (horizontal), aliran arah informasi tersebut sering terjadi antara karyawan, baik dalam ruang lingkup kerja ataupun di luar ruanglingkup kerja. Untuk komunikasi antara seseorang dengan orang lain yang berbeda kedudukan dan unitnya yaitu komunikasi diagonal. Komunikasi diagonal tidak terlalu kaku seperti komunikasi vertikal, namun juga tidak terlalu akrab seperti komunikasi horizontal. Komunikasi tersebut umumnya dilakukan di luar prosedur, salah satu gambarannya merupakan seseorang yang mengutarakan persepsi tentang pekerjaannya, baik itu pendapat atau keluhan yang dibicarakan kepada bagian, divisi atau unit lainnya.

Sebuah kesuksesan yang dicapai setiap bagian perusahaan khususnya di divisi produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry tidak terlepas dari besarnya intensitas komunikasi yang dilakukan antara atasan dan karyawan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan semua keputusan dan tindakan pada aktifitas kerja produksi terpusat pada instruksi, informasi dan perintah dari atasan divisi produksi tersebut. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kemunduran dikarenakan faktor komunikasi antara atasan dan karyawan yang kurang baik. Komunikasi yang terjalin dengan tidak baik akan menimbulkan miss communication antara pemimpin dan karyawan sehingga mengakibatkan perbedaan pemahaman dan tujuan, yaitu memajukan perusahaan maupun institusi. Dengan komunikasi yang berjalan dengan baik antara atasan dan karyawan akan berdampak kepada kinerja dan juga etos kerja karyawan.

Adanya unsur kepercayaan di dalam hubungan seorang atasan dengan karyawan merupakan hal yang penting untuk memastikan hubungan yang erat dan tinggi di antara mereka. Oleh karena itu, dengan berjalannya pola komunikasi yang baik dari seorang atasan maka akan semakin baik pula dalam menjalankan fungsi kepemimpinannya yang salah satunya adalah menumbuhkan, serta mengembangkan etos kerja para karyawannya.

Etos kerja adalah semangat dan sikap mental yang selalu berpandangan bahwa kualitas kerja kita di hari ini harus lebih baik daripada hari kemarin, dan kualitas kerja kita di hari esok harus lebih baik daripada kualitas kerja hari ini. Etos kerja seorang karyawan yang terbentuk bertujuan agar memudahkan tercapainya maksud dan tujuan perusahaan. Etos kerja penting untuk dikembangkan, berkenaan dengan kerja keras atasan dan karyawan yang didasari oleh etos kerja itu sendiri. Semangat atau etos kerja memang bisa dikembangkan dengan cara berkomunikasi yang berjalan secara intens. Dengan komunikasi yang berjalan intens tersebut maka semangat atau etos kerja tersebut bisa terkontrol dengan baik.

Menurut Anoraga (2009), etos kerja merupakan suatu pandangan dan sikap suatu bangsa atau umat terhadap kerja. Bila individu-individu dalam komunitas memandang kerja sebagai suatu hal yang luhur bagi eksistensi manusia, maka etos kerjanya akan cenderung tinggi. Sebaliknya sikap dan pandangan terhadap kerja sebagai sesuatu yang bernilai rendah bagi kehidupan, maka etos kerja dengan sendirinya akan rendah.

Tidak semua perusahaan menyadari akan pentingnya etos kerja dari karyawan-karyawannya. Namun ada beberapa

perusahaan yang terus menjaga dan mengembangkan etos kerja yang ada pada karyawan-karyawannya, salah satunya adalah PT.Trimas Sarana Garment Industry.

PT.Trimas Sarana Garment Industry (PT.Trimas SGI) di Kabupaten Bandung merupakan salah satu perusahaan yang bekerja dalam bidang garment men trousers dan ladies pants juga merupakan perusahaan yang sangat menjunjung tinggi semangat dan etos kerja dari karyawannya. PT.Trimas SGI memiliki banyak karyawan yang dibagi beberapa bagian, yaitu bagian HRD, marketing, PPIC, accounting, dan produksi. Dilihat dari jumlah karyawan dan struktur organisasi dari tiap divisi, divisi produksi memiliki tingkat SDM yang lebih banyak dibandingkan divisi-divisi lainnya, sehingga pola komunikasi yang dilakukan pun perlu memiliki pola yang terarah dah tertata rapih pada setiap bagian atau peran masing-masing individu sehingga dapat terhindar dari hambatan-hambatan khususnya hambatan pada komunikasi organisasi seperti adanya filtering dari seorang komunikator sebagai atasan, persepsi selektif dari komunikan sebagai bawahan, hambatan perasaan ataupun dalam pemaknaan bahasa antara komunikan dan komunikator.

Bagian divisi produksi memiliki fungsi yang sangat menentukan produktifitas kerjanya perusahaan karena dituntut dengan target yang harus mereka capai untuk kebutuhan perusahaan dengan memprioritaskan kualitas kerja. Pada divisi produksi pun memiliki karyawan yang bermayoritaskan usia muda serta lulusan sekolah menengah atas atau kejuruan yang minim akan pengalaman bekerja. Maka dari itu divisi produksi memerlukan lingkungan kerja yang mampu menjalin komunikasi dengan baik, dapat saling mengarahkan dalam perkembangan etos kerja karyawan sehingga target-target perusahaan pada bidang produksi dapat terpenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staff Administrasi Divisi Produksi yang bernama Diah Amallia, yang dilakukan pada Kamis, 28 Maret 2017 Pukul 16.30 WIB dan berlokasi di halaman depan PT.Trimas SGI, mengatakan bahwa :

"Di sini yang biasanya mengganggu dan menyebabkan turunnya etos kerja, muncul dari ruang lingkup perusahaan juga luar perusahaan. Hal yang mengganggu dari ruang lingkup perusahaan salah satunya isu-isu terkait perusahaan dan terkadang saat ramainya demo buruh pun membuat para karyawan terganggu dikarenakan karyawan di Divisi Produksi PT.Trimas SGI menolak ajakan-ajakan untuk berdemo tersebut dan lebih memilih tetap bekerja, dengan alasan lebih memilih untuk tetap bekerja dan tetap menyelesaikan tugas kami sebagai karyawan, meski kami harus sembunyikan kendaraan yang parkir dari pendemo. Untuk etos kerjanya sendiri muncul dari seringnya masukan dan arahan dari atasan juga yang memotivasi, mengarahkan juga ngasih masukan sehingga etos kerja dapat terjaga juga berkembang meski hal rutin tersebut tidak dilakukan secara langsung sama kenyamanan di lingkungan kerja juga atau sesama karyawannya yang buat nyaman" (Diah Amallia, 2017)

Etos kerja yang tinggi akan menunjang produktifitas kerja terlepas dari adanya gangguan-gangguan yang menurunkan etos kerja. Jika dilihat secara geografis, lokasi perusahaan berada di daerah yang memiliki tingkat kepadatan lalu lintas tergolong padat. Hal tersebut merupakan salah satu gangguan menurunnya etos kerja. Gangguan lainnya yang kerap timbul di divisi Produksi PT. Trimas SGI menurut beberapa informan lainnya dari divisi produksi adalah di mana "karyawan perusahaan yang merasa canggung untuk berkomunikasi dengan atasan seputar pekerjaan mereka" yang dapat dikatakan termasuk hambatan selektif dan perasaan. Sering beredarnya isu-isu seputar pekerjaan yang muncul pun dapat membuat terganggunya etos kerja karyawan, dan hal tersebut perlu ditangani oleh seorang atasan tentang kebenaran informasi tersebut. Masih adanya miss communication yang menimbulkan perbedaan pemahaman dari isi pesan atau informasi yang disampaikan

antara atasan dan karyawan ataupun sesama karyawan".

Ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh pihak Divisi Produksi PT.Trimas SGI baik segi atasan dan juga karyawan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang membuat etos kerja mereka menurun, dan melakukan beberapa hal untuk mengembangkan kembali etos kerja mereka agar kembali baik ataupun menjadi lebih baik dari sebelumnya. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah di mana pemimpin harus lebih ramah dan terbuka dalam berkomunikasi agar karyawan tidak merasa canggung dalam berinteraksi. Para karyawan perusahaan pun sebaiknya memulai untuk menjalin hubungan yang lebih baik lagi agar tidak ada kesenjangan sosial antara karyawan. Banyak karyawan pada divisi produksi yang memang dalam usia produktif namun tidak memiliki pengalaman bekerja sama sekali sehingga memerlukan pengarahan lebih seputar perkerjaannya melalui terjalinnya komunikasi yang baik agar dapat menghindari perbedaan pemahaman yang sering disebabkan kurang jelasnya informasi yang disampaikan.

Pentingnya masalah-masalah tersebut untuk diselesaikan, bertujuan untuk mengembangkan etos kerja yang ada di atasan dan karyawan perusahaan, karena jika masalah-masalah yang saat ini masih bermunculan tidak diselesaikan dapat menjadi penghalang kesuksesan atau keberhasilan perusahaan. Pengembangan etos kerja dilakukan agar dalam melakukan pekerjaannya baik itu atasan ataupun karyawan melakukannya secara maksimal sehingga dapat menjadi lebih baik. Hal tersebut sesuai dengan pemikiran dasar etos kerja "hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok harus lebih baik dari hari ini". Melalui pengembangan etos kerja, maka tujuan-tujuan yang telah ditetapkan perusahaan baik visi ataupun misi dapat lebih mudah untuk tercapai.

Ada beberapa kemungkinan yang akan terjadi apabila masalah seperti ini tidak diselesaikan antara lain menurunnya produktifitas kerja dari karyawan, kemunduran dari perusahaan itu sendiri dan tidak terjaganya target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Beberapa kemungkinan tersebut akan terjadi cepat atau lambat apabila masalah ini tidak diselesaikan.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian deksriptif ini mencoba menjelaskan, menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan ynag dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah. Peneliti menggunakan metode dekstriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana seorang atasan menjalin komunikasi yang baik dengan karyawannya sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan etos kerja karyawan.

Maka dari itu peneliti memilih fokus penelitian yaitu "Pola Komunikasi Divisi Produksi PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Divisi Produksi PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung Dalam Mengembangkan Etos Kerja Karyawan)".

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut yang terbagi ke dalam rumusan masalah makro (umum) serta rumusan masalah mikro (khusus) :

A. Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah Bagaimana Pola Komunikasi Divisi Produksi PT Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung dalam Mengembangkan Etos Kerja Karyawan?

B. Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan rumusan masalah secara makro, maka rumusan masalah secara khusus pada penelitian ini adalah :

1) Bagaimana **arus pesan** komunikasi organisasi divisi produksi PT.Trimas SGI dalam mengembangkan etos kerja karyawan?
2) Bagaimana **hambatan** komunikasi organisasi di divisi produksi PT.Trimas SGI ?
3) Bagaimana **Pola Komunikasi Organisasi** di divisi produksi PT.Trimas SGI ?

3. Maksud dan Tujuan Penelitian

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

A. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai "Pola Komunikasi Divisi Produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry Dalam Mengembangkan Etos Kerja".

B. 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 arus pesan komunikasi organisasi divisi produksi PT.Trimas SGI dalam mengembangkan etos kerja karyawan
2) Untuk mengetahui hambatan komunikasi organisasi di divisi produksi PT.Trimas SGI.
3) Untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi di divisi produksi PT.Trimas SGI.

4. Kegunaan Penelitian

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

A. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi secara umum dan khususnya mengenai pola komunikasi. Selain itu pula dapat menjadi acuan dan dapat memperdalam pengetahuan juga teori mengenai informasi-informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

B. Kegunaan Praktis

Secara praktisi semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat meliputi:

1) Kegunaan Bag Peneliti

Adapun penelitian ini adalah untuk memberikan bahan pemikiran guna mendukung penggembangan teori yang sudah ada dan dapat diperluas ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan displin, ilmu komunikasi dan kehumasan, khususnya menggenai pola komunikasi organisasi dalam mengembangkan etos kerja karyawan.

2) Kegunaan Bagi Akademis

Penelitian ini dapat beguna bagi mahasiswa/i UNIKOM secara umum, dan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus tentang pola komunikasi yang sudah ada yang dapat dijadikan literatur dan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3) Kegunaan Bagi Organisasi

Hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan untuk menciptakan bagaimana pola

komunikasi organisasi yang baik sehingga etos kerja di PT.Trimas SGI dapat lebih baik dari sebelumnya.

4) Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat lebih memahami tentang komunikasi organisasi secara umum dan secara khususnya dapat memahami pola komunikasi organisasi divisi produksi PT.Trimas SGI dalam mengembangkan etos kerja karyawan.

5. Tinjauan Pustaka

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang dinilai relevan dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, dan perbandingan untuk memberikan gambaran mengenai kajian dan permasalahan yang terkait dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti.

B. Tinjauan Komunikas Organisasi

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa, "Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi Downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi Upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program". (Masmuh,2010:5)

Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules mengklasifikasikan definisi komunikasi organisasi menjadi dua, yakni definisi fungsional dan definisi interpretatif. Definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Sedangkan definisi interpretatif komunikasi organisasi cenderung menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Dengan kata lain, definisi interpretatif komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Jadi, Persepsi interpretatif menekankan peranan "orang-orang" dan "proses" dalam menciptakan makna. Makna tersebut tidak hanya pada orang, namun juga dalam "transaksi" itu sendiri. Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. (Masmuh, 2010:5)

C. Tinjauan Arus Pesan Komunikasi Organisasi

Arus komunikasi dalam organisasi yaitu "Arah arus komunikasi organisasi dapat diihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping". (Wiryanto, 2004 : 62)

1) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya, dari pelaksana ke manajernya. Jenis komunikasi ini mencakup, antara lain:

a) Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih

harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.

b) Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab.
c) Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan
d) Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

2) Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karyawannya merupakan komunikasi ke bawah.

3) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan pekerja.

4) Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi. (Masmuh, 2010 : 7-22)

D. Tinjauan Hambatan Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus seperti yang diharapkan. Seringkali dijumpai dalam suatu organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi. Robbins meringkaskan beberapa hambatan komunikasi sebagai berikut:

1) Penyaringan (filtering)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim sehingga nampak lebih bersifat menyenangkan si penerima. Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah.

2) Persepsi selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana penerima pesan di dalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain. Hal ini disebut juga adanya perbedaan persepsi sehingga dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.

3) Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang di saat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika ia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

4) Pemaknaan bahasa

Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Kadang-

kadang, arti dari sebuah kata tidak berada pada kata itu sendiri tetapi pada kita. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang, atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata. (Robbins dalam Masmuh, 2010:80-82)

E. Tinjauan Pola Komunikasi

"Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami" (Djamarah, 2004:1).

Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dikaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktivitas dengan komponen komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

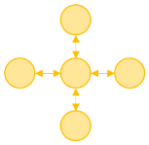
Pengertian komunikasi adalah bentuk atau model (lebih abstrak, suatu peraturan) yang bisa dipakai untuk membuat atau menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang ditimbulkan cukup mencapai suatu jenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukan atau terlihat. Istilah komunikasi bisa disebut juga sebagai model, tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan pendidikan keadaan masyarakat.

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam komunikasi. Menurut Widjaja (2000: 102) pola komunikasi dibagi menjadi 4 (empat) model, yaitu:

1) Pola komunikasi Roda

Pola komunikasi roda menjelaskan pola komunikasi satu orang kepada orang banyak, yaitu (A) berkomunikasi kepada (B), (C), (D), dan (E).

Pola Komunikasi Roda



Sumber : (Widjaja, 2000: 102)

Contoh ilustrasi :
Seseorang, biasanya pemimpin, menjadi fokus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompok hanya bisa berhubungan dengan pemimpinnya.

2) Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi ini, seseorang (A) berkomunikasi dengan orang lain (B) seterusnya ke (C), (D), dan ke (E).

Pola Komunikasi Rantai



Sumber : (Widjaja, 2000: 102)

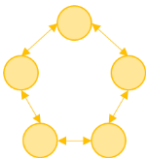
Contoh Ilustrasi :

(A) dapat berkomunikasi dengan (B), (B) dapat berkomunikasi dengan dengan (C), (C) dapat berkomunikasi dengan dengan (D), dan begitu seterusnya.

3) Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi lingkaran ini hampir sama dengan pola komunikasi rantai, namun orang terakhir (E) berkomunikasi kembali pada orang pertama (A).

Pola Komunikasi Lingkaran



Sumber : (Widjaja, 2000: 102)

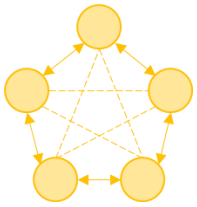
Contoh ilustrasi :
Setiap orang hanya dapat berkomunikasi dengan dua orang, di samping kiri dan

kanannya. Dengan perkataan lain, dalam model ini tidak ada pemimpin.

4) Pola Komunikasi Bintang

Pada pola komunikasi bintang ini, semua anggota saling berkomunikasi satu sama lainnya.

Pola Komunikasi Bintang



Sumber : (Widjaja, 2000: 102)

Disebut juga jaringan komunikasi semua saluran/all channel, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain. (Widjaja, 2000: 102)

Pola komunikasi yang dimaksud di sini adalah gambaran tentang bentuk atau cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang dalam menyampaikan pesan baik secara langsung maupun melalui media dalam konteks hubungan dan interaksi yang berlangsung dalam masyarakat.

F. Tinjauan Pola Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Di antara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya, misalnya mungkin hanya di antara dua orang atau mungkin lebih atau bahkan secara keseluruhan orang yang ada dalam organisasi bentuk struktur dan pola itu pun akan berbeda-beda.

> "Peranan individu dalam system komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan aliran informasi dalam pola komunikasi." (Muhammad, 2005:103)

Pengertian pola disini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain.

Peranan individu dapat ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini pula ditentukan oleh pola komunikasi individu dengan arus pesan dalam jaringan informasi. Ada enam peranan dalam pola komunikasi, yaitu :

1) Opinion leader
   Opinion leader disini adalah pimpinan informal dalam organisasi, mereka ini tidaklah selalu orang-orang yang mempunyai otoritas formal dalam organisasi, tetapi berpengaruh pada tingkah laku dan juga keputusan anggota organisasi.
2) Gate keepers
   Gate keepers adalah individu yang mengontrol arus informasi di antara anggota organisasi. Mereka berada di tengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain atau tidak memberikan informasi. Gate keepers memiliki kekuasaan untuk menyampaikan atau tidak informasi yang di dapat, tergantung dari penting atau tidak pentingnya informasi untuk organisasi. Nyatalah gate keepers memiliki peran yang sangat penting dalam jaringan komunikasi.
3) Cosmopolites
   Yang dimaksud dengan cosmopolites disini adalah individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mengumpulkan informasi yang ada dan memberikan informasi mengenai organisasi kepada orang tertentu.
4) Bridge
   Adalah anggota kelompok atau klik dalam satu organisasi yang menghubungkan kelompok itu dengan anggota kelompok lainnya.

5) Liaison
Sebenarnya liaison memiliki peran yang sama dengan bridge, hanya saja individu itu bukanlah anggota dari satu kelompok, akan tetapi dia merupakan penghubung di antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.

6) Isolate
Isolate adalah anggota organisasi yang mempunyai kontak minimal dengan orang lain dalam organisasi. Ini disebabkan mungkin karena dia sengaja menyembunyikan diri atau memang di asingkan oleh teman-temannya dalam organisasi. (Muhammad, 2005:103)

"Sebuah organisasi terdiri dari orang-orang dalam berbagai jabatan. Ketika orang-orang dalam jabatan itu mulai berkomunikasi satu dengan yang lainnya, berkembanglah keteraturan dalam kontak dan "Siapa berbicara kepada siapa." Lokasi setiap individu dalam pola dan jaringan yang terjadi memberi peranan pada orang tersebut. (R.Wayne Face & Don F. Faules dalam Deddy Mulyana, 2010:176).

G. Tinjauan Etos Kerja

Secara etimologis, etos berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos yang berarti karakter, watak kesusilaan, adat istiadat atau kebiasaan. Sebagai suatu subyek dari arti etos tersebut adalah etika yang berkaitan dengan konsep yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik. Setiap organisasi yang selalu ingin maju, akan melibatkan anggota untuk meningkatkan mutu kinerjanya, di antaranya setiap organisasi harus memiliki etos kerja.

Etos kerja adalah totalitas kepribadian dirinya serta caranya mengekspresikan, memandang, meyakini dan memberikan makna ada sesuatu, yang mendorong dirinya untuk bertindak dan meraih amal yang optimal sehingga pola hubungan antara manusia dengan dirinya dan antara manusia dengan makhluk lainnya dapat terjalin dengan baik. (Tasmara ,2002:20)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa etos adalah pandangan hidup yang khas dari suatu golongan masyarakat. Sedangkan kerja adalah semangat yang menjad ciri khas dan keyakinan seseorang atau suatu kelompok. Etos kerja adalah motor penggerak produktifitas.

Sedangkan etos kerja profesional adalah seperangkat perilaku kerja positif yang berakar pada kesadaran yang kental, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma kerja yang integral. Setiap organisasi yang selalu ingin maju akan melibatkan anggota untuk meningkatkan mutu kerjanya, di antaranya setiap organisasi harus memiliki etos kerja. (Sinamo, 2011:26).

Etos kerja adalah masalah yang komplek dan mengandung banyak aspek, baik ekonomi sosial, maupun budaya. Oleh karena itu, meningkatkan perlu ditangani secara terpadu dan komperhensif.

Dapat diartikan juga bahwa etos kerja adalah cara pandang seseorang dalam menyikapi, melakukan dan bertindak dalam bekerja, dengan kemauan organisasi, instansi maupun perusahaan sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik. Sikap mental seseorang atau kelompok orang dalam melakukan aktivitas atau pekerjaan yang diwujudkan sebagai sikap kerja antara lain tepat waktu, tanggung jawab, kerja keras, rasional dan jujur.

6 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2017

6. Desain Penelitian

Pada desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara kualitatif di mana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal.

Menurut David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan: "Bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah" (Moleong, 2007:5)
Menurut penulis pada buku kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Denzin dan Lincoln (1987) dalam buku Lexy Moleong, menyatakan: "Bahwa penelitian kualitatif adalah penlitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada" (Moleong, 2007:5)

Pengertian kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong, menyatakan:

"Bahwa penelitian kualitatif adalah penlitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada" dari segi pengertian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara mendalam, pengamatan,observasi dan pemanfaatan dokumen. (Moleong, 2007:5).

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya."

Paradigma pada penelitian ini menggunakan Post-Positivisme yang bersifat naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditentukan dilapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono memberikan pengertian mengenai metode deskriptif sebagai berikut:
"Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". (Sugiyono 2013:147)

Sedangkan menurut penjelasan Elvinaro dalam buku Metode Penelitian Public Relations:
"Metode deskriptif adalah metode yang menitik beratkan pada observasi suasana alamiah (natural setting). Peneliti terjun langsung ke lapangan bertindak sebagai pengamat dan menbuat obsrevasi tanpa berusaha memanipulasi variable (Elvinaro, 2010: 60)".

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinnya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi. Peneliti akan memaparkan berbagai hal yang dilihat dan didengar mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan pola komunikasi divisi produksi PT. Trimas SGI di Kabupaten Bandung.

7. Teknik Penentuan Informan

Informan adalah seseorang yang memiliki informasi banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal

dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Adapun definisi narasumber adalah:

"Peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang- orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup" (Suyatna, 2005 :72)

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan sampling nonprobabilitas dengan teknik penarikan sampel, purposive sampling. Sebagaimana maksud yang disampaikan Sugiyono dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, adalah :

"Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti." (Sugiyono, 2013:51)

Peneliti melakukan penetuan informan dengan menggunakan teknik purposive sampling atau dikenal juga dengan sampling pertimbangan ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan pertimbangan tertentu di dalam pengambilan atau penentuan informan atasan di divisi produksi PT. Trimas SGI di Kabupaten bandung.

Hanya mereka yang ahli yang dalam memberikan pertimbangan untuk pengambilan yang diperlukan. Wawancara dilakukan dengan anggota divisi produksi PT. Trimas SGI di kabupaten Bandung.

8. Hasil Penelitian

Pada Bab IV ini, peneliti akan menguraikan hasil dari penelitian selama dilapangan kemudian dibahas untuk mencapai suatu kesimpulan dari permasalahan yang diangkat. Data-data diperoleh disesuaikan berdasarkan tema yang diangkat tercantum dalam rumusan mikro tentang Pola Komunikasi Divisi Produksi PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Divisi Produksi PT. Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung Dalam Mengembangkan Etos Kerja Karyawan)

Dalam hasil penelitian dan untuk membahas hasil penelitian ini, peneliti membutuhkan informan, adapun informan utamanya adalah R.Mira Sugarti yang merupakan Manajer Divisi Produksi, Diah Amallia yang merupakan Staff Administrasi serta De Irwansyah yang merupakan Operator atau karyawan pada Divisi Produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry. Untuk memperkuat data yang diperoleh di lapangan maka peneliti mewawancarai Staff dari divisi lain sebagai informan pedukung.

Tahap analisis, yang dilakukan peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk mewawancarai, pengumpulan data, dan analisis data untuk dapat mengetahui bagaimana data yang diberikan oleh informan, dalam pengumpulan data tersebut, peneliti menggunakan beberapa tahap yang telah disusun terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian, adapun tahapan dalam penelitian ini adalah:

1) Melakukan observasi di PT.Trimas Sarana Garment Industry kabupaten Bandung khusunya di divisi produksi untuk melihat situasi dan kondisi di industry tersebut dan untuk meminta kesediaannya dalam melakukan penelitian dengan melakukan diskusi mengenai judul yang diangkat dan melakukan pengurusan surat perizinan penelitian.
2) Membuat susunan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.
3) Menghubungi divisi produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry kabupaten Bandung yang sesuai dengan tugas dan infromasi yang dibutuhkan sebagai informan penelitian, juga tentunya peneliti mencari informan pendukung yang bersedia menjadi informan
4) Melakukan wawancara dengan informan penelitian kunci dan informan pendukung sesuai dengan waktu dan

tempat yang telah disepakati bersama. Selama proses wawancara, peneliti membuat dokumentasi kegiatan, baik berupa rekaman maupun foto.

5) Data yang telah diperoleh kemudian diolah untuk dianalisis hasilnya.

9. Objek Penelitian

A. PT.Trimas Sarana Garment Industry

PT.Trimas SGI (Sarana Garment Industry) merupakan cabang perusahaan dari PT.Trisula group yang di bangun untuk lebih menunjang kebutuhan Perusahaan di bidang penjualan garmen ekspor. Dan sampai sekarang PT Trimas SGI berdiri kokoh dan menunjukan eksistensinya terhadap perkembangan perusahaan ritel garment yang mempunyai integritas yang tinggi dan diakui sebagai perusahaan internasional.

Untuk lebih spesifiknya perusahaan yang memproduksi mens trouser dan ladies pants ini mempunyai mayoritas destinasi pengiriman untuk kota – kota di Negara Jepang dengan berbagai merek.

Nilai-nilai yang dianut oleh PT. Trimas Sarana Garment Industry Bandung adalah :

1) Semangat pantang menyerah Semangat untuk menjadi pemenang, selalu proaktif, tidak berhenti belajar.
2) Mengutamakan kerja sama Saling percaya dan menghargai pendapat orang lain.
3) Integritas tinggi Jujur, loyal dan bertanggung jawab.
4) Lakukan pekerjaan dengan profesional Disiplin, melakukan pekerjaan dengan benar dari awalnya, mendorong penemuan ide-ide baru.
5) Empati terhadap rekan kerja

PT Trimas Sarana Garment Industry Bandung memiliki komitmen untuk menjadi perusahaan yang semakin dikenal oleh masyarakat sebagai industri man trousers dan ladies pants. Sementara untuk misi, PT Trimas Sarana Garment Industry Bandung bertekad untuk Berkomitmen untuk pengembangan sumber daya manusia. Bertekad untuk lebih memberikan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis PT Trimas Sarana Garment Industry Bandung, serta bertekad untuk menyelenggarakan pengelolaan organisasi yang baik.

B. Visi dari PT.Trimas SGI

Visi Perusahaan ini : To be a very competitive company, yang artinya Menjadi perusahaan yang mampu untuk sangat bersaing.

C. Misi dari PT.Trimas SGI

Berikut ini merupakan Misi dari PT.Trimas SGI :

1) Misi perusahaan adalah pertumbuhan laba perusahaan melalui kepuasan pelanggan dan kepemimpinan yang kuat.
2) Perusahaan mendapatkan laba yang terus berkembang secara pesat dan memegang teguh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dari kualitas yang telah di berikan oleh perusahaan.

10. Pembahasan

Pada sub ini peneliti akan mendeskripsikan dan membahas data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan penelitian yang terkait dengan pola komunikasi divisi produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pola komunikasi sangat penting dibentuk sebagai cara atau bentuk penyampaian pesan atau informasi agar tersampaikan dengan baik, hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi salah pengertian atau salah persepsi yang umumnya disebut miss communication sehingga pesan dapat tersampaikan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh komunikator atau pengirim pesan. Untuk itu diperlukan beberapa hal yang diperhatikan yaitu dari segi arus pesan komunikasi yang terarah dengan jelas serta terhindar dari hambatan komunikasi khususnya komunikasi organisasi.

"Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang

termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program". (Masmuh, 2010:5)

Komunikasi organisasi tersebut berlangsung di divisi produksi PT.Trimas Sarana Garment Industry di Kabupaten Bandung yang merupakan perusahaan garment yang memasarkan produknya ke negara-negara di asia khususnya Jepang.

A. Arus Pesan Komunikasi Organisasi

Komunikasi vertikal baik *Upward* dan *Downward Communication* yang berlangsung pada divisi produksi PT.Trimas SGI berjalan terstruktur namun tidak terbatas dikarenakan struktur tersebut, ada juga komunikasi yang berjalan di luar struktur komunikasi yang ada, namun memberikan dampak yang cukup baik, khususnya dalam mengembangkan etos kerja dan teamwork yang baik antar karyawan dan staff.

Komunikasi Horizontal yang dilakukan oleh PT.Trimas SGI Kabupaten Bandung dilakukan tidak hanya untuk kepentingan perusahaan saja. Namun juga untuk karyawan, agar terjalin hubungan baik antarkaryawan serta menjaga situasi lingkungan kerja agar kondusif khususnya dalam kenyamanan bekerja.

Komunikasi Diagonal yang dilakukan oleh divisi produksi PT.Trimas SGI Kabupaten Bandung merupakan komunikasi yang di lakukan pada lingkungan divisi produksi dan divisi lain. Hal tersebut bertujuan untuk berbagi informasi seputar pekerjaan serta keluhan dan masukan antar karyawan.

B. Hambatan Komunikasi Organisasi

Hambatan yang terjadi pada divisi produksi PT.Trimas SGI ialah Hambatan Komunikasi Organisasi berupa Pemaknaan Bahasa, Perasaan serta persepsi selektif.

Berhubungan dengan perasaan seperti, informasi tidak direspon dengan baik karena komunikan sedang memiliki masalah pribadi dan masalah terkait pekerjaan, sehingga memberi respon negatif pada komunikator.

Hambatan berupa persepsi selektif, dilatarbelakangi perbedaan tingkat jabatan dalam hal penerimaan suatu infomasi, perbedaan pengalaman kerja antara karyawan lama dan karyawan baru.

Hambatan dalam pemaknaan bahasa, seperti penggunaan bahasa Jepang dalam instruksi produksi, istilah-istilah yang belum dikenal karena kurangnya pengalaman kerja.

C. Pola Komunikasi Organisasi

Setiap peranan dalam pola komunikasi yang di pegang manajer hingga operator pada pola komunikasi divisi produksi berjalan dengan baik, terjalin saling bergantung dan saling mempengaruhi antara satu jabatan dengan jabatan yang lain, hal tersebut dilakukan agar dapat mengembangkan etos kerja yang ada serta terhindar dari masalah-masalah yang berdampak buruk bagi etos kerja karyawan yang telah ada.

11. Saran

Sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

A. Saran Bagi Divisi Produksi PT.Trimas SGI

1. Diharapkan agar dapat menghilangkan hambatan selektif dengan tidak memilah milih komunikator.
2. Untuk seluruh pihak, agar dapat menjaga situasi lingkungan kerja sehingga tidak menjadi hambatan saat berlangsungnya aktifitas kerja
3. Untuk para karyawan agar tidak mudah terpengaruhi isu-isu yang

bermunculan dan agar tidak ikut menyebarkan.

4. Agar atasan dan karyawan dapat menjalankan komunikasi dua arah dengan intens .

B. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. 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. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi ilmu komunikasi.

12. Daftar Pustaka

Buku

Anoraga, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT. Reneka Cipta.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, M. Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Djamarah, Bahri, Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga.* Jakarta : PT. Reneka Cipta.

Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu komunikasi : Teori & Praktek.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Faules, Don F & Pace, R Wayne. 1993 Edisi terjemahan, M.A., Ph.D Mulyana, Deddy 2010. *Komunikasi Organisasi, Strategi meningkatkan kinerja perusahaan.* Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.

Jansen H. Sinamo. 2002. *"Ethos21 Etos Kerja Profesional Di Era Digital Global", Edisi Ke-2.* Jakarta : Institut Darma Mahardika.

Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana

Kusnan, Ahmad. 2004. *Analisis Sikap Iklim Organisasi, Etos Kerja dan Disiplin Kerja dalam Menentukan Efektivitas Kinerja Organisasi di Garnisun Tetap III.* Surabaya : Tesis Universitas Airlangga.

M.A, Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi.* Bandung : Ghalia Indonesia

Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek.* Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

Moleong, Lexy J. 2007 *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Rivai, Veithzal. 2003. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi.* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi.* Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada.

Senjaya, Sasa Djuarsa. 2007. *Teori Komunikasi.* Jakarta : Universitas Terbuka.

Sinamo, Jansen. 2011. *Delapan Etos Kerja Profesional.* Jakarta : Institut Mahardika.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suyatna, Bagong. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternative Pendekatan.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Toto Tasmara. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islam.* Jakarta : Gema Insani Press

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Gramedia Wilasarana Indonesia.

Widjaja, A.W. 2000. Ilmu Komunikasi. Bina Aksara. Jakarta.