



**POLA KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM
MENGOPTIMALKAN KINERJA KARYAWAN PT.GLOBAL
PHARMA INDONESIA**

SKRIPSI

NAMA : SHEREN CLARISSA ZEFANYA

NIM : 20180400011

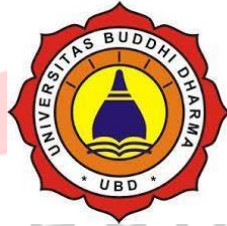
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

2022



**POLA KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM
MENGOPTIMALKAN KINERJA KARYAWAN PT.GLOBAL
PHARMA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

NAMA : SHEREN CLARISSA ZEFANYA

NIM 20180400011

FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

2022



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja
Karyawan PT. Global Pharma Indonesia

Nama : Sheren Clarissa Zefanya

NIM : 20180400011

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini disetujui pada tanggal 29 Juli 2022.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom

, NIDN: 0401018307

Dosen Pembimbing,

Dr. Lilie Suratminto, M.A

NIDK: 8875430017



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sheren Clarissa Zefanya
NIM : 20180400011
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja Karyawan PT. Global Pharma Indonesia

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 9 Agustus 2022

Tim Penguji

Ketua Sidang : Hot Saut Halomoan S.Pd., M.Hum
NIDN : 0320046101

Penguji I : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
NIDN : 0411118205

Penguji II : Galuh Kusuma Hapsari S.Si., M.IKom
NIDN : 0401018307

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Dr. Lilie Suratminto, M.A
NIDK: 8875430017
FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA



SURAT REKOMENDASI
KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Lilie Suratminto, M.A

Jabatan : Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Menerangkan bahwa :

Nama : Sheren Clarissa Zefanya

NIM : 20180400011

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja
Karyawan PT. Global Pharma Indonesia

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom

NIDN: 0401018307

Tangerang, 29 Juli 2022

Dosen Pembimbing,

Dr. Lilie Suratminto, M.A

NIDK: 8875430017



PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir dengan judul “Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja Karyawan PT. Global Pharma Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Dalam Mengoptimalkan Kinerja Karyawan PT. Global Pharma Indonesia)” adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sheren Clarissa Zefanya

NIM : 20180400011

Tangerang, 29 Juli 2022



Sheren Clarissa Zefanya

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, dengan judul **“Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja Karyawan PT. Global Pharma Indonesia”**. Dalam rangka menulis skripsi ini peneliti telah melakukan riset di PT. Global Pharma Indonesia. Selama proses penulisan skripsi ini peneliti banyak menerima bantuan dan dorongan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.Limajatini.SE.,MM.,BKP selaku rektor Universitas Buddhi Dharma yang memberikan dukungan kepada penulis.
2. Dr. Lilie Suratminto,M.A sebagai Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora dan juga sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu dan memberi dukungan serta harapan untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Galuh Kusuma Hapsari,S.Si.,M.IKom., sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Kedua orang tua saya, bapak Siek Thian Siang dan Ibu Sylvia Indrajati Andries serta kakak kandung saya yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Pak Suhendy selaku Direktur PT. Global Pharma Indonesia yang telah memberi kesempatan untuk penulis melakukan penelitian dalam divisinya.
6. Teman-Teman dan rekan kerja PT. Global Pharma Indonesia yang telah memberikan penulis pengalaman dan pengetahuan yang berharga seputar pekerjaan yang penulis lakukan.
7. Teman-Teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang memberikan dukungan dan energi positif dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh sekali dari kata sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Di akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulisi khususnya atau mahasiswa/i Ilmu Komunikasi yang sedang menyelesaikan skripsi.

Tangerang, 29 Juli 2022



Penulis

ABSTRAK

Pola Komunikasi Kelompok adalah sistem komunikasi yang lazim diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana pola komunikasi yang digunakan oleh karyawan PT. Global Pharma Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori kinerja Mitcell dan Larson. Penentuan informan yang digunakan adalah Teknik *puspositive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisa data yang digunakan adalah Miles dan Huberman. Hasil penelitian yang diperoleh karyawan pada PT. Global Pharma Indonesia menggunakan pola komunikasi model Y, yang mana administrasi penjualan mendapatkan informasi adanya pengembalian barang atau pembatalan surat jalan disebabkan karena informasi tidak tersampaikan dengan baik kepada karyawan gudang sehingga menimbulkan komunikasi tidak berjalan secara efektif mengakibatkan terjadinya selisih barang atau kelebihan barang di gudang yang menghambat proses kinerja karyawan pada PT. Global Pharma Indonesia. Penulis menyimpulkan pola komunikasi kelompok di perusahaan tidak berjalan sebagaimana mestinya yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena persediaan barang tidak seimbang.

Kata Kunci : *Pola Komunikasi, Komunikasi Kelompok, Kinerja Karyawan*

ABSTRACT

Group Communication Patterns are communication systems that are commonly applied in communication activities. The purpose of this study is to analyze how the communication patterns used by PT. Global Pharma Indonesia. This type of research is descriptive qualitative research using Mitcell and Larson's performance theory. The determination of informants used is the purposive sampling technique. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation studies. The data analysis used was Miles and Huberman. The results of research obtained by employees at PT. Global Pharma Indonesia uses a model Y communication pattern, where the sales administration gets information about the return of goods or cancellation of road letters caused by information not being conveyed properly to warehouse employees, causing communication not to run effectively resulting in differences in goods or excess goods in the warehouse which hinders the process of employee performance at PT. Global Pharma Indonesia. The author concludes that the group's communication pattern in the company is not working as it should which results in losses for the company because the supply of goods is not balanced.

Keywords : *Communication Patterns, Group Communication, Employee Performance*

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL LUAR

LEMBAR JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

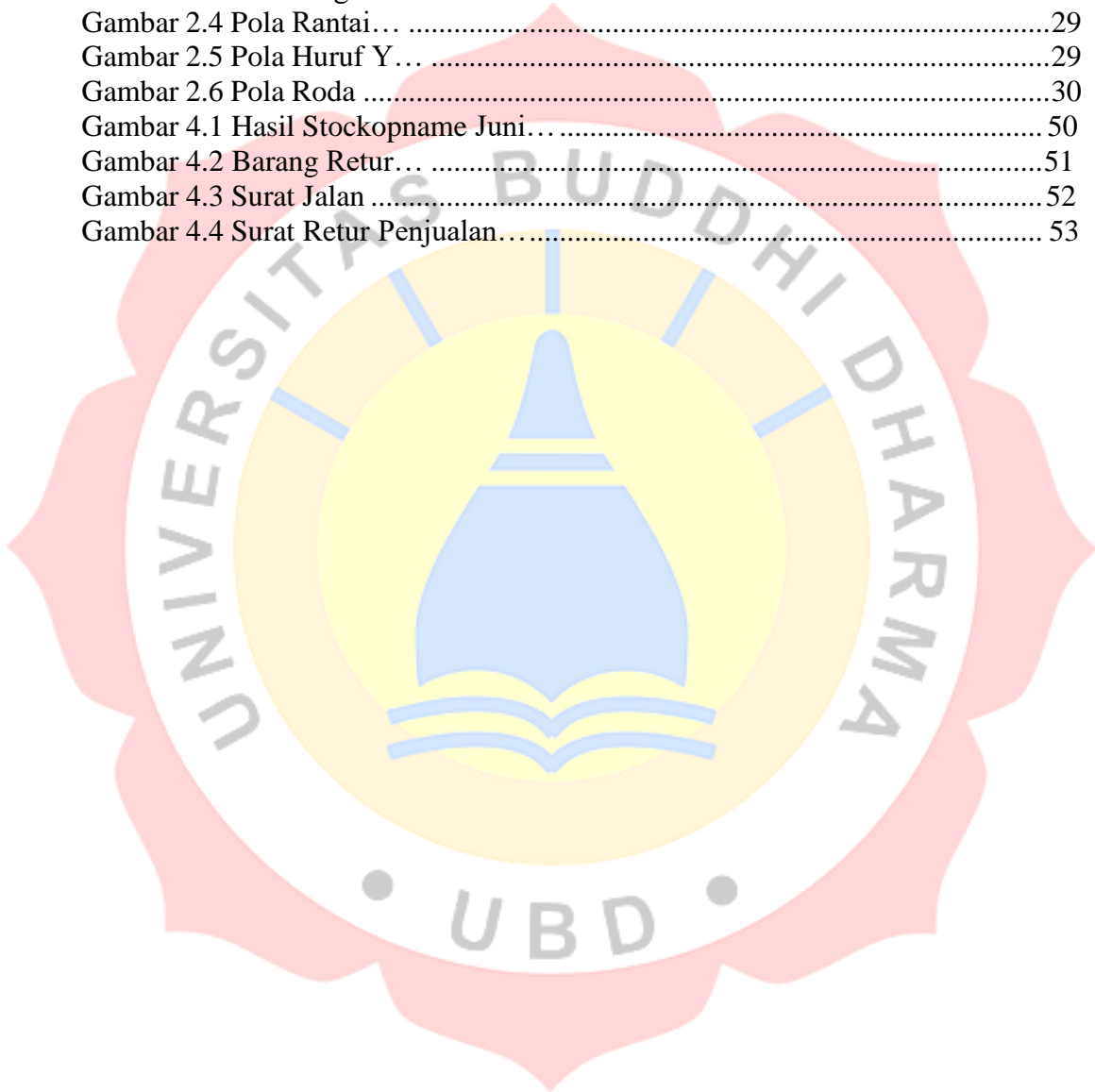
PERNYATAAN ORISINALITAS

	Hal
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teoretis	13
2.2.1 Komunikasi	13
2.2.2 Unsur – Unsur Komunikasi	14
2.2.3 Fungsi Komunikasi	15
2.2.4 Jenis Komunikasi	16
2.2.5 Model Komunikasi	17
2.2.6 Pemimpin	19
2.2.7 Kepemimpinan	21
2.2.8 Pola Komunikasi Pemimpin	23
2.2.9 Teori Kinerja Karyawan	25
2.2.10 Kinerja karyawan	26
2.2.11 Pola Komunikasi	27
2.2.12 Kelompok	30
2.2.13 Komunikasi Kelompok	30

2.2.14 Proses Komunikasi Kelompok	33
2.2.15 Fungsi Komunikasi Kelompok.....	35
2.2.16 Karakteristik Komunikasi Kelompok.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Pendekatan Penelitian.....	40
3.3 Metode Penelitian.....	40
3.4 Subjek/Objek Penelitian	41
3.4.1 Subjek Penelitian	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.7 Objek Penelitian	47
3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Pola Komunikasi	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	L1

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 PT. Global Pharma Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Model Komunikasi.....	18
Gambar 2.2 Skema Komunikasi model S-O-R	19
Gambar 2.3 Pola Lingkaran.....	28
Gambar 2.4 Pola Rantai.....	29
Gambar 2.5 Pola Huruf Y.....	29
Gambar 2.6 Pola Roda	30
Gambar 4.1 Hasil Stockopname Juni.....	50
Gambar 4.2 Barang Retur.....	51
Gambar 4.3 Surat Jalan	52
Gambar 4.4 Surat Retur Penjualan.....	53



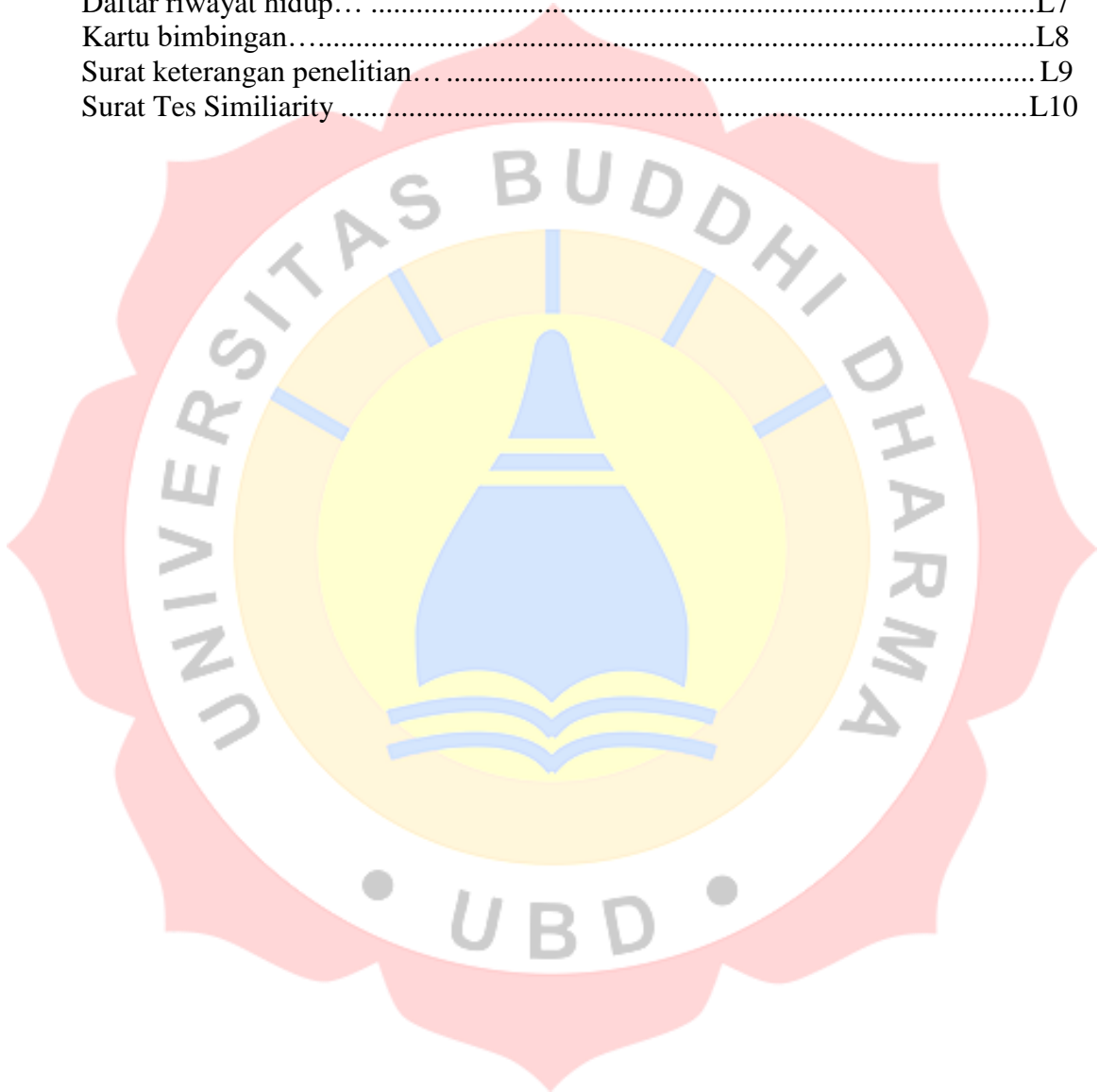
DAFTAR TABEL

	Hal
Table 2.1 Tinjauan Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Dilakukan.....	11



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Biodata Informan.....	L1
Transkrip wawancara	L2
Foto wawancara dengan narasumber	L6
Daftar riwayat hidup.....	L7
Kartu bimbingan.....	L8
Surat keterangan penelitian.....	L9
Surat Tes Similarity	L10



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan komunikasi sudah menjadi bagian penting dari kehidupan kita sehari-hari, mulai dari teman, kelompok, organisasi atau orang banyak. Jika teliti lagi banyak kegagalan dari komunikasi yang dilakukan. Beberapa permasalahan yang terjadi atas segalanya, tidak ada perbedaan pendapat, belum ada peningkatan informasi, dan tidak ada upaya untuk mengubah perilaku penerima.

Beberapa permasalahan yang terjadi atas segalanya, tidak ada perbedaan pendapat, belum ada peningkatan informasi, dan tidak ada upaya untuk mengubah perilaku penerima. Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari bertujuan untuk mencapai tujuan bersama, selain itu komunikasi merupakan peran penting dalam kegiatan sehari-hari komunikasi bisa merupakan melakukan percakapan antar teman, keluarga.

Komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis diantaranya komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi interpersonal. Komunikasi dalam suatu perusahaan juga menjadi peran penting dalam kegiatan sehari-hari dalam menyampaikan pesan dari pemimpin kepada bawahan untuk menginstruksikan hal-hal yang dikerjakan. Dengan adanya komunikasi pada sebuah perusahaan, tujuan dari pencapaian tersebut dapat mudah digapai karena adanya komunikasi yang efektif antar divisi dalam megoptimalkan kinerja

karyawan. Dengan adanya komunikasi yang lancar dapat mengoptimalkan kinerja karyawan, maka perusahaan memberikan *reward for employee* dengan berbagai bentuk, dimulai dari kategori karyawan paling lama bekerja, karyawan yang mencapai target dan lain-lain.

Komunikasi juga mempunyai 4 pola komunikasi yaitu, pola komunikasi model Y adalah penyampaian pesan dari tiga anggota kelompok dan dua anggota lainnya menyampaikan pesan kepada tetangga. Pola lingkaran adalah proses komunikasi yang dilakukan secara bergilir, akan tetapi pesan yang diterima oleh sumber akan tidak akurat. Pola rantai adalah komunikasi yang di teruskan secara berantai. Pola roda adalah pemimpin berkomunikasi langsung kepada anggota kelompok.

Definisikan komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat mudah dipahami. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin, *communicates* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama dengan tujuan untuk mencapai kebersamaan.

Komunikasi organisasi dalam prespektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pada prespektif ini yang ditekankan adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi.

Pengertian pola komunikasi menurut Soejanto yaitu gambaran sederhana dari proses komunikasi yang menunjukkan keterkaitan antara komponen

komunikasi dengan komponen lainnya. (Soejanto, 2005:27). Pola komunikasi di definisikan sebagai bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan dengan cara yang benar sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Azeharie & Khotimah, 2015, p. 215)

Pola merupakan bentuk atau model yang biasa digunakan untuk membuat dan menghasilkan suatu atau bagian dari yang ditimbulkan. Pola dapat berarti sistem atau cara kerja yang tetap, bentuk, struktur. Pola itu sendiri dapat disebut contoh atau bentuk.

Anggota kelompok membutuhkan komunikasi yang sangat erat untuk mendukung kohesi kelompok. Alasan komunikasi kelompok penting dalam kehidupan manusia adalah karena kelompok merupakan bagian integral dan integral dari aktivitas kehidupan sehari-hari. Kelompok memungkinkan kita untuk berbagi pengetahuan, informasi, pengalaman, dan pengetahuan dengan anggota lain. Komunikasi kelompok berasal dari kata *group*. Artinya, orang-orang dengan tujuan yang sama berinteraksi, saling bergantung, dan saling mengenal untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, keluarga, teman, kelompok diskusi, komite, dan lain-lain.

Definisi komunikasi kelompok biasanya mengacu pada komunikasi kelompok kecil, yaitu komunikasi di mana tiga orang atau lebih berinteraksi secara langsung atau digunakan tatap muka dengan anggota tatap muka. Komunikasi kelompok juga mencakup komunikasi antar individu. Oleh karena

itu, sebagian besar teori komunikasi interpersonal berlaku sama untuk komunikasi kelompok. (Mulyana:2005:74).

Komunikasi kelompok dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Hal ini memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan orang lain dan memahami apa yang harus dilakukan dengan tugas yang diberikan kepada mereka. Tanpa komunikasi internal, individu tidak tahu apa yang harus dilakukan untuk perusahaan.

Komunikasi kelompok sangat berpengaruh terhadap hasil kinerja karyawan, khususnya karyawan yang anggotanya harus berinteraksi secara aktif selama pelaksanaan pekerjaan dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal, seperti administrasi penjualan dengan karyawan gudang. Komunikasi kelompok yang buruk dapat mempengaruhi hasil kinerja dan dapat menimbulkan gangguan pekerjaan kurangnya pemahaman tentang transmisi informasi dan pekerjaan dimana transmisi informasi dengan departemen terkait selalu tertunda.

Selain itu, Komunikasi dalam suatu organisasi dapat meningkatkan produktivitas, menyelesaikan konflik, meningkatkan kualitas karyawan, dan menciptakan hubungan profesional dan lingkungan yang mendukung. (Rahman & Prasetya, 2018, p. 83)



Gambar 1.1 PT. Global Pharma Indonesia

Adapun perusahaan ini berusaha memenuhi kebutuhan alat kesehatan konsumen. PT. Global Pharma Indonesia bergerak di bidang penjualan alat kesehatan yang tidak mengandung obat. Seperti mesin, dan/atau implan bukan obat yang digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan, meringankan, atau mengobati penyakit, memulihkan kesehatan dan struktur manusia, atau meningkatkan fungsi. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara melakukan pola komunikasi kelompok dalam mengoptimalkan kinerja karyawan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model komunikasi Shannon dan Weaver, model komunikasi ini menciptakan adanya pesan baru. Dimana dalam menerima pesan, si penerima juga bisa menciptakan pesan yang baru dan mengulang pesan tersebut, namun dalam model komunikasi ini di anggap tidak ada timbal balik yang ada dengan teori kinerja milik Mitchell dan Larson (2008) menjelaskan “kinerja karyawan menunjukkan pada suatu hasil perilaku yang

dinilai oleh beberapa kriteria atau standar mutu suatu hasil kerja”. Persoalan mutu ini berkaitan dengan baik buruknya hasil yang dikerjakan oleh karyawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti judul tersebut “Pola Komunikasi Kelompok Dalam Mengoptimalkan Kinerja karyawan Pada PT. Global Pharma Indonesia”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Bagaimana cara mengatasi kinerja yang tidak optimal pada PT. Global Pharma Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk :

Ingin memperlancar komunikasi kelompok untuk meminimalisir kekurangan dan kelebihan stok barang dan kerugian pada karyawan gudang agar dapat mengoptimalkan hasil kinerja karyawan pada PT. Global Pharma Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan tugas akhir ini memberikan manfaat secara teoritis, akademis dan praktis ke beberapa pihak, antara lain :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dan memperkaya ranah Ilmu Komunikasi Kelompok khususnya Komunikasi Kelompok.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada semua instansi bahwa pentingnya komunikasi yang baik antar departemen untuk meminimalisir kesalahpahaman antar karyawan PT. Global Pharma Indonesia.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dapat diperoleh dari berbagai sumber akademik seperti artikel, makalah, skripsi dan jurnal penelitian. Berikut ini beberapa hasil penelitian terdahulu berupa skripsi, thesis, jurnal dan jurnal internasional.

Pertama, dilakukan oleh Ayulia Hasnah Pratami Nurbani (2017) dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Perempuan”, Universitas Sumatera Utara. Dalam penelitian tersebut peneliti mengkaji tentang tujuan dari komunitas perempuan, mengetahui karakteristik anggota dan hambatan komunikasi yang berdampak pada sistem keanggotaan menjadi tidak terstruktur. Metode yang di gunakan adalah metode studi deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan dan menggunakan teori komunikasi dari Miles dan Huberman. Terdapat kesamaan dari milik peneliti adalah metode yang digunakan dan kurangnya komunikasi dalam anggota kelompok, dan teknik analisis data komunikasi milik Miles dan Huberman.

Kedua, dilakukan oleh Irawati Wibowo & Mira Herlina (2020) dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Restaurant & Café Al Zein”, Universitas Budi

Luhur. Dalam penelitian tersebut peneliti menjelaskan tentang tujuan dan permasalahan yang dibahas yaitu menurunnya motivasi kerja karyawan di Restaurant & Café Al Zein, karyawan sering tidak tepat waktu ke restoran, tidak memiliki antusiasme untuk pekerjaan mereka, tidak melakukan tugas mereka dengan kemampuan terbaik mereka, dan kurang informasi dalam menyampaikan pesan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi lapangan dan wawancara mendalam. Perbedaan penelitian dari milik peneliti adalah teori komunikasi yang digunakan peneliti sebelumnya berbeda dengan milik peneliti sekarang dan tujuan dari penelitian ini juga berbeda yang mana peneliti sebelumnya ingin membangkitkan kembali motivasi kerja karyawan restaurant sedangkan tujuan dari milik peneliti adalah membangun pola komunikasi antar divisi untuk mengoptimalkan hasil kinerja agar terhindar dari kekurangan dan kelebihan stok barang.

Ketiga, dilakukan oleh Loreno Galaxy Deo Pradana (2013) dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Dalam Hubungan Antara Karyawan Tenancy Mall Olympic Garden Dengan Tenant”, Universitas Brawijaya. Penelitian tersebut menjelaskan mengenai hubungan kesenjangan sosial dalam berkomunikasi antara individu baru dengan individu lama. Kesenjangan sosial yang terjadi di MOG dikarenakan kurangnya komunikasi internal antar sesama pegawai intern yang mengakibatkan ketidakmerataan perlakuan tenancy (penanggung jawab) terhadap tenant (penyewa).

Sehingga dapat memicu dampak negatif yaitu ketidak beranian dalam mengutarakan haknya karena merasa segan menyampaikan pendapatnya padapihak management, terhambatnya kinerja kelompok dikarenakan komunikasi yangtidak lancar. Penelitian tersebut menggunakan riset kualitatif deskriptif dengan metode penelitian wawancara mendalam, observasi. Terdapat kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian milik peneliti yaitu penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif serta metode penelitian wawancara dan observasi. Analisis yang dilakukan peneliti tersebut adalah kesenjangan sosial antara tenant (penyewa) dengan tenancy (penanggung jawab) yang membuat komunikasi tidak berjalan dengan lancar serta diperlakukan secara kurang baik dan menimbulkan ketidakcocokan antara tenant dengan tenancy, sedangkan milik peneliti adalah terhambatnya komunikasi dari divisi administrasi penjualan kepada karyawan gudang yang mengakibatkan ketidak-optimalnya kinerja karyawan gudang dan menurunnya hasil kinerja karyawan gudang yang disebabkan tidak adanya pola komunikasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pola komunikasi kelompok menjadi peran penting dalam suatu anggota di instansi, sekolah dan lain-lain. Komunikasi kelompok yang di lakukan dengan baik dapat mengurangi setiap permasalahan yang akan terjadi. Oleh karena itu, pola komunikasi perannya sangat penting dalamsituasi apapun.

Perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang di lakukan peneliti dapat dirangkum dalam bentuk table sebagai berikut :

Tabel 2.1

PENELITIAN TERDAHULU JURNAL

Judul Penelitian	Pola Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Perempuan	Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Restaurant & Café Al Zein	Pola Komunikasi Dalam Hubungan Antara Karyawan Tenancy Mall Olympic Garden Dengan Tenant
Peneliti	Ayulia Hasnah Pratami Nurbani	Irawati Wibowo & Mira Herlina	Loreno Galaxy Deo Pradana
Lembaga dan Tahun	Universitas Sumatera Utara Tahun (2017)	Universitas Budi Luhur Tahun (2020)	Universitas Brawijaya tahun (2013)
Masalah Penelitian	Mengapa terjadi hambatan komunikasi yang berdampak pada sistem keanggotaan menjadi tidak terstruktur dalam komunitas perempuan?	Mencari tahu menurunnya motivasi kinerja karyawan di Restaurant & Café Al Zein?	Mengapa terjadi kesenjangan sosial antara tenant dengan tenancy?
Tujuan Penelitian	Meneliti permasalahan yang terjadi pada komunitas perempuan yang	Mewujudkan kelangsungan kerja karyawan dalam	Menganalisis terjadinya kesenjangan sosial antara tenant dan tenancy

	mengakibatkan sistem keanggotaan menjadi kurang rapi.	melakukan perbaikan, perubahan serta peningkatan.	
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif
Hasil Penelitian	Komunitas perempuan ini memiliki sekitar 3-20 anggota dan belum mempunyai kepala harian dalam meningkatkan laju kegiatan komunitas perempuan ini, sehingga komunikasi pada komunitas perempuan ini mengalami hambatan secara teknis yang berpengaruh pada pola komunikasi komunitas perempuan.	Karyawan jam masuk dan keluar kerja tidak tepat waktu, kurang semangat dalam bekerja dan dalam menyampaikan informasi. digunakan pola komunikasi Y, karyawan menyampaikan pesan melalui kedua dan pemimpin kedua harus menyampaikan kepada pemimpin pertama.	Kesenjangan komunikasi muncul karena kesengajaan perilaku yang di tunjukkan kepada tenant merupakan perilaku negatif. Tenancy memberi anggapan bahwa perilaku tersebut akan berulang. Komunikasi yang di ciptakan kedua pihak bergantung pada prinsip budaya kerja tiap individu dan cara berkomunikasi.

2.2 Kerangka Teoretis

Kerangka teoretis adalah suatu diagram, gambar atau rencana yang berisi uraian tentang segala sesuatu yang dijadikan bahan penelitian, berdasarkan hasil penelitian.

2.2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris, berasal dari bahasa Latin *communicatio*, yang berasal dari kata *communis*, yang berarti hal yang sama. Arti sama yang dimaksud adalah sama pada maknanya. Hovland mendefinisikan proses komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang mengirimkan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain. (Mulyana, 2010: 62)

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia seiring berjalannya waktu. Komunikasi juga merupakan sistem sosial yang saling membutuhkan dan tidak dapat dipisahkan. Pada dasarnya, komunikator bertujuan mencapai kesetaraan makna di antara mereka yang terlibat dalam komunikasi. Ini harus sama dengan makna komunikator yang mudah dipahami.

Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana dua orang atau lebih berkomunikasi satu sama lain. saling bertukar informasi dan mengembangkan saling pengertian. (Wiryanto,2004: 6).

2.2.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi adalah suatu komponen yang harus ada dalam proses komunikasi agar komunikasi dapat berlangsung dengan lancar dan baik.

Berdasarkan definisi Lasswell (dalam Mulyana), unsur-unsur komunikasi meliputi:

1. Komunikator (*Source*)

Komunikator adalah pihak yang memiliki inisiatif atau kebutuhan untuk berkomunikasi guna menyampaikan suatu pesan. Sumber dapat berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.

2. Pesan (*Message*)

Di kirim dari sumber ke penerima. Pesan dapat berupa simbol verbal atau nonverbal yang mengungkapkan perasaan, nilai, ide, atau maksud dari sumber.

3. Saluran (*Channel*)

Saluran adalah sebuah media untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi.

4. Komunikan (*Receiver*)

Komunikator adalah penerima pesan dari seorang komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, nilai acuan, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan emosi, penerima pesan ini dapat menginterpretasikan secara verbal dan nonverbal simbol yang diterimanya.

5. Umpan balik (*Feedback*)

Umpan balik merupakan tanggapan atas diterimanya suatu pesan mengenai isi pesan yang dikirim. Dampak adalah apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan. Misalnya, hiburan, peningkatan pengetahuan, perubahan sikap bahkan perubahan perilaku.

Dari kesimpulan diatas bahwa Laswell menganggap terjadinya komunikasi dapat menimbulkan berbagai efek tertentu kepada penerima pesan tersebut. Efek tersebut dapat timbul dari reaksi para penerima pesan atas penyampaian pesan melalui media tertentu.

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia. Komunikasi mempunyai empat fungsi menurut Onong (2009:31) yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Menghibur (*to entertain*)
3. Mendidik (*to educate*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Berdasarkan dari ke-empat fungsi komunikasi diatas menunjukkan bahwa dalam berkomunikasi akan selalu terkandung empat fungsi komunikasi. Melalui media cetak, elektronik ataupun secara lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan kegiatan sehari-hari dari komunikator kepada komunikan.

2.2.4 Jenis Komunikasi

Komunikasi berdasarkan penyampaiannya. Pada umumnya setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain tidak hanya makhluk individu tetapi juga makhluk sosial yang selalu mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Namun tidak semua orang terampil berkomunikasi, oleh sebab itu dibutuhkan beberapa cara dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan cara menyampaikan informasi dapat dibedakan menjadi komunikasi verbal dan non verbal, sementara komunikasi berdasarkan perilaku dapat dibedakan menjadi komunikasi formal, komunikasi informal, dan komunikasi non formal, berikut penjelasannya:

1. Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Agus M. Hardjana di dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Intrapersonal, berpendapat bahwa: “Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar pikiran dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar” (2003: 23).

Julia T. Wood dalam bukunya *Communication in Our Lives*, mengungkapkan komunikasi non verbal adalah:

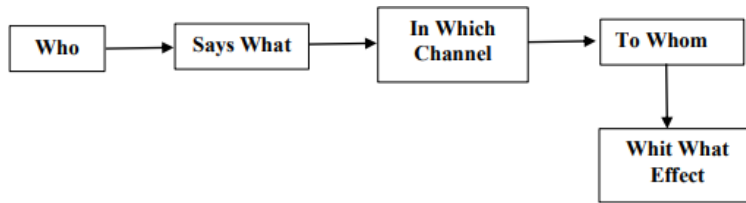
“Nonverbal communication is all aspects of communication other than words themselves. It includes how we utter words (inflection, volume), features, of environments that affect interaction (temperature, lighting), and objects that

influences personal images and interaction patterns (dress, jewelry, furniture”
(2009: 131).

“Komunikasi non verbal adalah semua aspek komunikasi selain kata- kata sendiri. Ini mencakup bagaimana kita mengucapkan kata- kata (infleksi, volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda- benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel)”
(2009: 131).

2.2.5 Model Komuikasi

Dengan membahas hal tentang bagaimana memahami komunikasi dalam bekerja, sebenarnya banyak modelnya. Salah satu model yang cukup terkenal adalah model Lasswell. Karena model ini sederhana dan mudah dimengerti. Menurut Lasswell komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahap. Kelima tahap itu adalah : Who : Siapa orang yang menyampaikan komunikasi (komunikator). Say What : Apa pesan yang disampaikan. In Which Channel : Saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. To Whom : Siapa penerima pesan kominkasi (komunikan). Whit what Effect : Perubahan apa yang terjadi ketika komunikan menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan.



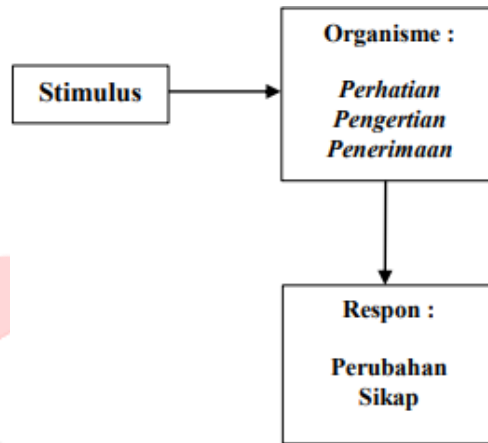
Gambar 2.1 Model Komunikasi

Menurut teori stimulus response ini, dalam proses komunikasi, berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “ how” bukan “ what” dan “why”. Jelasnya how to communicate dalam hal ini how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Dalam proses perubahan sikap, tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benarbenar melebihi semula. Dalam menelaah sikap yang baru ada tiga

variabel yang penting yaitu perhatian, pengertian, penerimaan (Effendy, 2003 :254-255)

Titik penekanan dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikasi sehingga komunikasi cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan sikap perilaku. Onong Uchjana Efendy 2003.253) menjelaskan unsur penting dalam model komunikasi S-O-R itu ada tiga yaitu : Pesan (Stimulus, S), Komunikan (Organims, O) dan Efek (Response, R).

Apabila digambarkan skema komunikasi model S-O-R adalah sebagai berikut ini :



Gambar 2.2 Skema komunikasi model S-O-R

2.2.6 Pemimpin

Menurut Kartono (2010), pemimpin itu mempunyai sifat, kebiasaan, temperamen, watak dan kepribadian sendiri yang unik khas sehingga tingkah laku dan gayanya yang membedakan dirinya dari orang lain. Gaya atau style hidupnya ini pasti akan mewarnai perilaku dan tipe kepemimpinannya. Sehingga dapat memunculkan beberapa tipe kepemimpinan. Misalnya tipe-tipe kharismatik, paternalistik, militeristik, otokratis, laissez faire, populis, administratif dan demokratis.

Kepemimpinan yang efektif dan efisien akan terwujud apabila dijalankan berdasarkan fungsi dan tujuan yang telah ditetapkan. Seorang pemimpin harus berusaha menjadi bagian dari situasi kelompok atau organisasi yang dipimpinnya (Northouse, 2018)

1. Tipe Otoritas (Autocrat)

Otokrat berasal dari perkataan "utus" (sendiri) dan "kratos" (kekuasaan) jadi otokrat berarti penguasaan obsolut. Kepemimpinan otoritas berdasarkan diri pada kekuasaan dan paksaan yang mutlak yang harus dipatuhi (Siagian, 2007). Dimana setiap perintah dan kebijakan yang ditetapkan tanpa berkonsultasi dengan bawahannya dan harus dilakukan.

2. Tipe Paternalistik

Persepsi seorang pemimpin yang paternalistik tentang peranannya dalam kehidupan organisasi dapat diwarnai oleh harapan para pengikutnya. Harapan itu pada umumnya terwujud keinginan agar pemimpin mereka mampu berperan sebagai bapak yang bersifat melindungi dan layak dijadikan sebagai tempat bertanya dan untuk memperoleh petunjuk. Ditinjau dari segi nilai organisasi yang dianut biasanya seorang pemimpin yang paternalistik mengutamakan nilai kebersamaan, dalam organisasi yang dipimpin oleh seorang pemimpin yang paternalistik kepentingan bersama dan perlakuan terlihat sangat menonjol. (Mattayang, 2019)

3. Tipe Kharismatik

Tipe pemimpin kharismatik ini memiliki kekuatan energi daya tarik yang bisa untuk mempengaruhi orang lain. Sehingga ia mempunyai pengikut yang besar jumlahnya (Kartono, 2010). Seorang pemimpin yang kharismatik adalah seorang pemimpin yang di kagumi oleh orang banyak pengikut tersebut tidak selalu menjelaskan secara kongkrit mengapa tipe pemimpin yang kharismatik sangat dikagumi.

4. Tipe Kepemimpinan Demokratis

Kepemimpinan demokratis berorientasi pada manusia dan memberikan bimbingan yang efisien kepada para pengikutnya. Kepemimpinan demokratis menghargai potensi setiap individu, mau mendengarkan nasihat dan sugesti bawahan.

5. Tipe Militeristis

Banyak menggunakan sistem perintah, sistem komando dari atasan ke bawahan yang sifatnya keras, sangat otoriter dan menghendaki bawahan agar selalu patuh. Tipe ini sifatnya kemiliteran, hanya gaya warnanya yang mencontoh gaya kemiliteran tetapi dilihat lebih seksama tipe ini mirip dengan tipe otoriter (Kartono, 2010).

2.2.7 Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktivitas-aktivitas tugas dari orang-orang dalam kelompok. Kepemimpinan berarti melibatkan orang lain, yaitu bawahan atau karyawan yang dipimpin (Sunarto, 2005).

Jika dilihat dalam perspektif sejarah kepemimpinan dari sudut pandang seni, dapat dikatakan bahwa kepemimpinan adalah seni yang usianya setua usia manusia di bumi, yang telah dipraktikkan dalam sepanjang sejarah manusia. Dalam sebuah tinjauan komprehensif teori kepemimpinan

(Stogdill, 1974), beberapa kategori yang berbeda telah diidentifikasi dalam menangkap esensi studi kepemimpinan dalam abad kedua puluh. Dimana kecenderungan pertama berurusan dengan atribut pemimpin besar. (Mattayang, 2019, p. 46)

1. Tipe Kepemimpinan Demokratis

Gaya kepemimpinan demokratis adalah suatu kemampuan dalam mempengaruhi orang lain agar dapat bersedia untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dengan berbagai cara atau kegiatan yang dapat dilakukan dimana ditentukan bersama antara bawahan dan pimpinan. Gaya tersebut terkadang disebut sebagai gaya kepemimpinan yang terpusat pada anak buah, kepemimpinan dengan adanya kesederajatan, kepemimpinan partisipatif atau konsultatif. Pemimpin yang berkonsultasi kepada anak buahnya dalam merumuskan suatu tindakan putusan bersama.

2. Tipe Kepemimpinan Delegatif

Gaya kepemimpinan delegatif memiliki ciri-ciri yaitu pemimpin akan jarang dalam memberikan arahan, pembuat keputusan diserahkan kepada bawahan, dan anggota organisasi tersebut diharapkan bisa menyelesaikan segala permasalahannya sendiri. Gaya kepemimpinan delegatif ini memiliki ciri khas dari perilaku pemimpin didalam melakukan tugasnya sebagai pemimpin. Dengan demikian, maka gaya kepemimpinan seorang pemimpin akan sangat dipengaruhi adanya karakter pribadinya..

3. Gaya Kepemimpinan Birokratis

Gaya kepemimpinan birokratis ini dilukiskan dengan pernyataan "Memimpin berdasarkan adanya peraturan". Perilaku memimpin yang ditandai dengan adanya keketatan pelaksanaan suatu prosedur yang telah berlaku untuk pemimpin dan anak

buahnya. Pemimpin yang birokratis, secara umum akan membuat segala keputusan itu berdasarkan dari aturan yang telah berlaku dan tidak ada lagi fleksibilitas.

4. Gaya Kepemimpinan Laissez Faire

Gaya ini akan mendorong kemampuan anggota dalam mengambil inisiatif. Kurang interaksi dan kontrol yang telah dilakukan oleh pemimpin, sehingga gaya tersebut hanya dapat berjalan jika bawahan mampu memperlihatkan tingkat kompetensi dan keyakinan dalam mengejar tujuan dan sasaran yang cukup tinggi.

5. Gaya Kepemimpinan Otoriter/ Authoritarian

Adalah gaya pemimpin yang telah memusatkan segala keputusan dan kebijakan yang ingin diambil dari dirinya sendiri dengan secara penuh. Segala pembagian tugas dan tanggung jawab akan dipegang

oleh si pemimpin yang bergaya otoriter tersebut, sedangkan para bawahan hanya sekedar melaksanakan tugas yang sudah diberikan. (Mattayang, 2019, pp. 48–49)

2.2.8 Pola Komunikasi Pemimpin

Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus, pola komunikasi di sini akan lebih mempunyai arti jauh ketika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam merealisasikan bentuk komunikasi. Komunikasi berdasarkan bentuknya, dibagi kepada:

1. Komunikasi Antar Personal atau Interpersonal

komunikasi yang terjadi antar komunikator dengan komunikan secara langsung dengan cara berhadapan muka atau tidak. Komunikasi seperti ini lebih efektif karena kedua belah pihak saling melancarkan komunikasinya dan dengan feedback keduanya melaksanakan fungsi masing-masing,

2. Komunikasi Kelompok

adalah komunikasi yang terjadi antara seseorang dan kelompok tertentu. Komunikasi kelompok dapat dipetakan menjadi 3 kelompok komunikasi. David Krech dalam Miftah Thoha (2008:142) yaitu;

a. Small group (kelompok yang berjumlah sedikit) Kelompok kecil merupakan komunikasi yang melibatkan sejumlah orang dalam interaksi satu dengan yang lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan.

b. Medium group (agak banyak) Komunikasi dalam kelompok sedang lebih mudah karena dapat diorganisir dengan baik dan terarah, misalnya komunikasi antara satu bidang dengan bidang yang lain dalam organisasi atau perusahaan.

c. Large group (jumlah banyak) Kelompok besar merupakan komunikasi yang melibatkan interaksi antara kelompok dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Komunikasinya lebih sulit dibandingkan dengan dua kelompok di atas karena tanggapan yang diberikan komunikan lebih bersifat emosional.

3. Komunikasi Massa

Komunikasi yang menggunakan media sebagai alat atau sarana bantu, biasanya menggunakan media elektronik seperti Televisi, Radio, Surat kabar, Majalah dan lain-lain. Dari pemaparan yang ada tentang pola dan bentuk komunikasi maka ditarik kesimpulan bahwa unsur-unsur komunikasi harus mampu menjadi sebuah pemahaman yang berarti ketika kita mencoba untuk berkomunikasi baik antar pribadi, kelompok atau massa, yang harus diperhatikan dalam menjalankan pola komunikasi harus menggunakan prinsip-prinsip komunikasi sebagai kajian terhadap kondisi psikologi komunikasi yang dihadapi.

(Lumentut et al., 2017, pp. 4–5)

2.2.9 Teori Kinerja Karyawan

Terampil adalah mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan. Oleh karena itu, karyawan perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya *the right man in the right place, the right man on the right job*. Faktor motivasi, motivasi terbentuk dari sikap seorang karyawan dalam menghadapi situasi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (Mangkunegara, 2001 : 68). Sikap mental harus siap secara psikofisik siap secara mental, fisik, tujuan, dan situasi. Artinya, seorang karyawan harus siap mental, mampu secara fisik, memahami tujuan utama dan target kerja yang akan dicapai, mampu memanfaatkan dan menciptakan situasi kerja. Ada hubungan positif antara motif berprestasi dengan pencapaian kinerja.

Mitchell dan Larson dalam Anshori dan Arfah (375: 2005) menyatakan bahwa kinerja menunjukkan bahwa hasil perilaku yang dinilai oleh beberapa kriteria atau standar mutu. Secara teoritis tingkat motivasi kerja yang tinggi akan berdampak langsung terhadap tingginya kinerja karyawan. Akumulasi kinerja karyawan merupakan determinan fundamental terhadap terbentuknya kinerja organisasi dan juga kinerja karyawan yang menunjukkan tingkat yang meningkat.

2.2.10 Kinerja karyawan

Konsistensi Kinerja Pegawai atau Kinerja karyawan adalah suatu hal sangat berpengaruh bagi kesuksesan sebuah perusahaan. Kinerja atau performa karyawan yang bagus akan berbanding lurus dengan hasil baik dalam perkembangan bisnis perusahaan. Sebaliknya, kinerja yang buruk akan berdampak buruk pula pada perusahaan. Hasil performa karyawan ini dapat dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Semuanya tergantung pada kuantitas dan waktu yang digunakan karyawan dalam menjalankan tugas.

Faktor kinerja karyawan juga bisa dinilai dari waktu kerja, jumlah absensi kehadiran kerja karyawan, keterlambatan, dan lamanya masa kerja. Luthan (2011) memberikan pengertian yang secara langsung mengarah pada perubahan dan perkembangan organisasi yang hanya dapat terjadi melalui pengembangan sumber daya manusia di lingkungan masing-masing. Untuk mencapai tujuan organisasi maka diperlukan sebuah komunikasi yang baik, di mana terdapat jalinan pengertian dalam komunikasi tersebut sehingga dapat dimengerti serta dilaksanakan antara

pihak yang satu dengan pihak yang lain Komunikasi ini sangat berperan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Haider (2012) dikemukakan bahwa ada dampak signifikan dari tiga dimensi komunikasi pada kepuasan kerja. Novita et al. (2002) juga mengemukakan komunikasi efektif antara atasan dan bawahan sangat berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai. Selanjutnya terdapat pengaruh langsung dari karakteristik individu, komunikasi yang efektif dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sudiro dan Sumanang (2005) menyebutkan bahwa komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

2.2.11 Pola Komunikasi

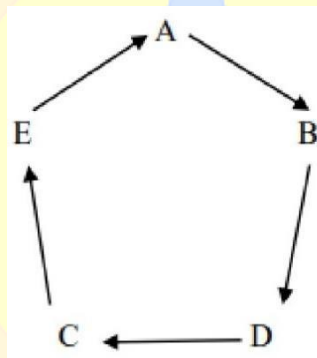
Pola komunikasi dapat diartikan sebagai jaringan yang dapat menghubungkan antara satu individu dengan individu lainnya dalam suatu kelompok. Jaringan membentuk sistem (pola) tertentu yang menjadi identitas kelompok dan saling berkomunikasi.

Secara teoritis, pola komunikasi dapat dibagi dalam 4 macam pola komunikasi, yaitu : pola rantai, pola lingkaran, pola model Y, pola roda. Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan melalui bertahap ataupun sekaligus.

Menurut penelitian oleh Harold Leavitt di *Carnegie Institute of Technology*, ia menyarankan bagaimana komunikasi kelompok bekerja dan bagaimana hal itu mempengaruhi anggota kelompok. Leavitt menemukan empat pola ideal: pola komunikasi roda, pola lingkaran, pola huruf “Y”, dan pola komunikasi rantai.:

1. Pola Lingkaran

Meskipun pola lingkaran ini dapat membuat anggota senang, pola ini terbukti tidak efisien dalam pengambilan keputusan. Keuntungan dari pola ini adalah kesalahan dapat dengan mudah diperbaiki



Gambar 2.3 Pola Lingkaran

2. Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi berantai ini dilakukan oleh sekelompok anggota. Kelompok yang dimaksud adalah anggota hanya dapat mengirim pesan ke tetangga mereka, dan anggota yang menerima pesan meneruskan informasi tersebut ke anggota lainnya. pada. Misalnya, dalam pola komunikasi ini, si A mengirim pesan, kemudian berkomunikasi dengan si B, lalu B menyampaikan informasi ke si C, dan seterusnya

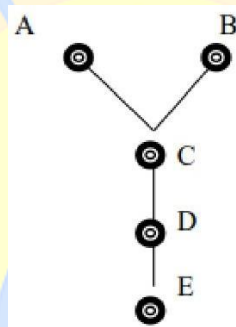
ke Orang D dan Orang E. Pemimpin sering tidak mendapatkan berita yang akurat dari komunikan. Pemimpin tidak dapat mengetahui hal ini, karena tidak ada umpan balik dari penerima pesan terakhir.



Gambar 2.4 Pola Rantai

3. Pola Huruf Y

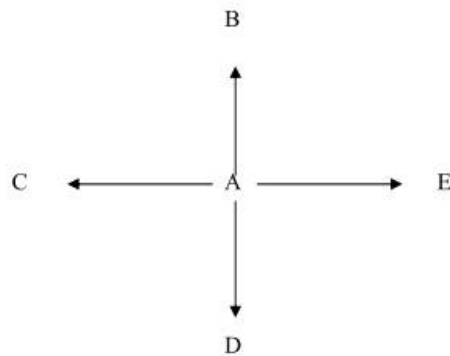
Dalam bentuk Y, tiga anggota kelompok berkomunikasi satu sama lain, sedangkan dua lainnya hanya dapat berkomunikasi dengan tetangga mereka.



Gambar 2.5 Pola Huruf Y

4. Pola Komunikasi Roda

Pola komunikasi ini berfokus pada pemimpin yang berinteraksi langsung dengan anggota kelompok. Pemimpin adalah komunikator (pesan) dan anggota kelompok adalah komunikan, menerima umpan balik kepada pemimpin tanpa interaksi anggota, karena fokusnya hanya pada pemimpin sebagai komunikator. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa A adalah pusat, mengirimkan informasi ke B, C, D, E dan membalas masing-masing ke A.



Gambar 2.6 Pola Roda

2.2.12 Kelompok

Kelompok adalah kumpulan orang yang memiliki tujuan bersama, saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal, dan mengidentifikasi diri sebagai bagian dari kelompok. (Mulyana, 2008).

2.2.13 Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara banyak orang dalam kelompok "kecil". Seperti komunikasi kelompok, rapat, konferensi, dan sebagainya. (Anwar Arifin, 1984)

Kelompok adalah kumpulan dari dua orang atau lebih. Kelompok memiliki hubungan yang kuat dengan anggota lainnya. Hubungan yang kuat antara mereka merupakan syarat pertama yang harus dipenuhi oleh anggota dalam suatu kelompok untuk membangun dan mencapai tujuan bersama.

Menurut Deddy Mulyana, dalam buku Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar, kelompok-kelompok berbagi tujuan bersama, berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, memiliki hubungan yang saling bergantung, saling mengenali dan melihat

satu sama lain, dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang. Mereka sebagai bagian dari kelompok.

Ada empat elemen komunikasi kelompok yang disampaikan oleh Michael Burgoon, dalam (Sendjaja, 2008: 3.3 – 3.4) :

1. Pertemuan tatap muka.
2. Jumlah peserta yang berpartisipasi dalam interaksi komunikasi kelompok.
3. Maksud dan tujuan yang dikehadaki
4. Kemampuan anggota untuk mengembangkan karakteristik pribadi anggota lainnya.

Bentuk kelompok sangat beragam, mulai dengan anggota keluarga, tetangga, teman, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, rekan kerja, atau komite yang mengadakan pertemuan untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, komunikasi kelompok mengacu pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok-kelompok kecil, biasanya tatap muka, di mana umpan balik dari satu peserta dalam komunikasi kelompok dapat dilihat dan peserta lain dapat merespons secara langsung.

Kriteria efektivitas komunikasi menurut Andre (2012:23) adalah penerima atau pengguna pesan (receiver), isi dari pesan (content), keakuratan waktu (timing), media komunikasi (media), format (format), dan pencetus sumber pesan. Komunikasi kelompok dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Kelompok Kecil

Kelompok (Microgroups) adalah jika ada kesempatan untuk respon lisan atau komunikasi kelompok, komunikator akan bekerja dengan salah satu anggota kelompok, misalnya kegiatan diskusi, penelitian kelompok, seminar, dll. Anda dapat berkomunikasi dengan. Umpan Balik yang di terima ini biasanya bersifat rasional dan para anggota yang berpartisipasi dapat mempertahankan perasaan dan norma-norma yang ada. Oleh karena itu komunikator dan masing-masing komunikator dapat berinteraksi atau bertanya jawab. Komunikator dapat merespon, bertanya jika tidak setuju, atau menolak jika tidak memahami deskripsi komunikator.

2. Kelompok Besar

Kelompok besar adalah kelompok komunikasi, di antaranya berisi kelompok dengan individu, individu dengan kelompok, dan interaksi antara kelompok dengan kelompok . Komunikasinya lebih sulit daripada dengan dua kelompok lainnya karena respons yang diberikan oleh komunikan bersifat emosional.

Mendapatkan hasil dari komunikasi bukan hal yang mudah, karena banyak penyebab yang dapat mempengaruhi proses pengiriman dan penerimaan komunikasi. Gangguan komunikasi dapat bersumber dari komunikator atau pihak lain yang mengurangi efektivitas komunikasi.

Kelompok dalam hal ini, merupakan bagian integral dari kehidupan kita sehari-hari, dan mereka juga memungkinkan kita untuk berbagi informasi, pengalaman, dan pengetahuan dengan anggota kelompok lainnya.

2.2.14 Proses Komunikasi Kelompok

Dalam lingkungan kerja, adalah umum bagi karyawan untuk bekerja dan bekerja dalam kelompok kecil, tim, departemen atau divisi. Sangat penting bahwa setiap individu memiliki keterampilan komunikasi kelompok yang kuat agar dapat berkolaborasi secara efektif.

Proses komunikasi kelompok pada dasarnya sama dengan proses komunikasi lainnya. Komponen dasar yang digunakan dalam berkomunikasi adalah komunikan, komunikator (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*), dan respon (*effect*).

Proses komunikasi kelompok menurut Effendy (2012:8) terdiri dari :

a) Komunikator (*sender*)

Seorang komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan yang berisi ide, gagasan dan pendapat untuk di sampaikan kepada komunikan, dengan cara yang mudah dipahami oleh mereka yang menerima pesan sebagaimana dimaksud.

b) Pesan (*message*)

Pesan adalah sebuah informasi atau berita yang di sampaikan oleh pengirim pesan dapat berupa verbal maupun non verbal yang berisi informasi, ajakan, pertanyaan

dan lain sebagainya. Pada bagian ini pengirim pesan bisa membuat suatu kode atau simbol sehingga pesan dalam bentuk gerakan anggota badan seperti mata, tangan, kaki dan yang lainnya.

c) Media (*channel*)

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan, seperti televisi, radio, surat kabar, baliho, telepon, dan media lainnya. Komunikasi kelompok meliputi berbagai media seperti konferensi, pameran dan seminar. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang dikirim, jumlah penerima pesan, dan keadaan.

d) Mengartikan kode atau isyarat

Setelah pesan diterima melalui panca indera, seperti telinga dan mata, penerima pesan harus mampu menginterpretasikan simbol atau kode pesan dan memiliki simbol tersebut agar dapat memahami atau memahaminya dalam komunikasi kelompok. Kode atau simbol merek milik sendiri, grup atau komunitas hanya dipahami oleh mereka.

e) Komunikan

Komunikan adalah seorang yang menerima pesan dari komunikator yang dapat memahami isi dari pesan tersebut meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti dari isi pesan tersebut. Dalam

komunikasi kelompok, komunikan dapat berkomunikasi bertatap muka secara langsung kepada komunikator.

f) Respon

Respon adalah suatu isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Jika tidak ada respon dari si penerima pesan, maka seorang komunikator tidak akan mengetahui dampak terhadap si penerima pesan. Faktor – faktor yang mendasari orang melakukan komunikasi kelompok.

2.2.15 Fungsi Komunikasi Kelompok

Menurut beberapa para ahli, komunikasi memiliki pengertian yang berbeda-beda tentang fungsi komunikasi. Tetapi, dari semua penjabaran para ahli merujuk kepada titik yang sama, yaitu untuk menyebarluaskan informasi guna memberikan kesan tertentu pada pesan yang seharusnya di sampaikan komunikator kepada komunikator.

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, komunikasi memiliki dua fungsi umum. Pertama, berfungsi untuk kehidupan sehari-hari setiap manusia, seperti meningkatkan kesadaran, keamanan fisik, pamer, dan mencapai ambisi pribadi. Fungsi kedua adalah kelangsungan hidup masyarakat, peningkatan hubungan sosial dan pengembangan eksistensi sosial.

John Dewey (Littlejohn, 2011:344) menjelaskan bahwa fungsi komunikasi kelompok terbagi menjadi 6, yaitu :

1. Mengungkapkan kesulitan.
2. Menjelaskan permasalahan.
3. Menganalisis masalah.

4. Menyarankan solusi.
5. Membandingkan alternatif dan menguji mereka dengan tujuan kriteria berlawanan.
6. Mengamalkan solusi yang terbaik.

Seperti yang dikemukakan oleh Randy Y. Hirokawa dalam Morissan (2009: 142), mengatakan bahwa kelompok harus mampu melaksanakan empat fungsi untuk dapat menghasilkan keputusan yang efektif yang terdiri atas :

1. Analisis Masalah

Kelompok biasanya memulai proses pengambilan keputusan dengan mengidentifikasi dan menilai suatu masalah.

2. Penentuan Tujuan

Kelompok harus mengumpulkan dan mengevaluasi informasi terkait dengan masalah yang tengah dihadapi.

3. Identifikasi Alternatif

Pada tahap ini, kelompok membuat berbagai usulan alternative (*alternative proposal*) untuk mengatasi masalah.

4. Evaluasi Konsekuensi

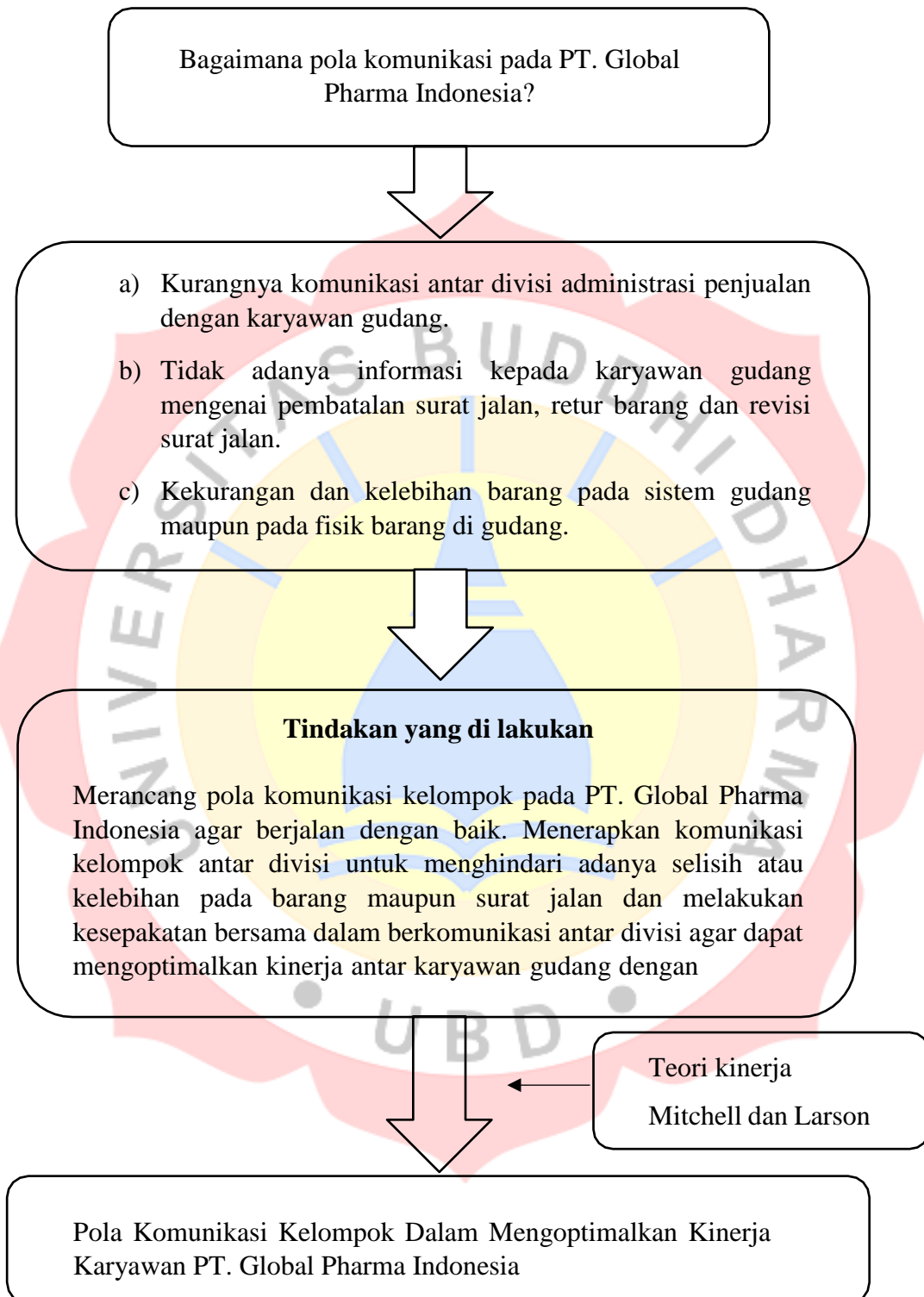
Berbagai solusi alternatif yang tersedia kemudian di evaluasi dengan tujuan akhirnya adalah untuk mengambil keputusan.

2.2.16 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Ada beberapa karakteristik komunikasi kecil menurut (Arni Muhammad, 2011:185-188) adalah :

1. Mempermudah pertemuan ramah tamah.
2. Personality kelompok.
3. Kekompakan, daya ketertarikan satu sama lain dan keinginan untuk bersatu.
4. Komitmen terhadap tugas, aktifitas individu yang lain dalam kelompok yang dekat hubungannya dengan komitmen adalah motivasi.
5. Besarnya kelompok,
6. Norma kelompok, aturan atau pedoman yang digunakan kelompok maupun beberapa faktor eksternal kelompok dan membimbing atau mengkoordinasikan anggota kelompok untuk dapat mencapai tujuannya.

2.3 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan suatu cara pandang untuk memahami pola pikir atau cara pandang mengenai keseluruhan proses dan hasil penelitian. Cara pandang atau pola pikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan metode penelitian paradigma konstruktivis yang artinya memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis melalui pengamatan secara langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan agar mampu memahami bagaimana menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Menurut Patton, konstruktivis memiliki cara lain untuk mempelajari berbagai realitas yang dibangun oleh individu dan dampak konstruksi tersebut terhadap kehidupan mereka. Dalam konstruktivisme, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Oleh karena itu, studi strategis seperti ini menunjukkan bahwa pandangan dunia setiap individu adalah valid dan harus dihormati. (Patton, 2002:96-97)

Penulis menggunakan paradigma konstruktivis karena dirasa tepat dengan masalah yang diteliti ini untuk memahami cara pandang atau pola pikir bekerja pada

karyawan PT. Global Pharma Indonesia serta dapat memperbaiki komunikasi kelompok antar divisi dalam bekerja.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang sudah dipilih dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperbaiki pola komunikasi kelompok antar divisi yang tidak berjalan dengan lancar dan dapat mempengaruhi hasil dari kinerja karyawan. Selain untuk memperbaiki pola komunikasi kelompok, penulis ingin menggali pengalaman setiap karyawan gudang yang bersangkutan dalam mendefinisikan suatu permasalahan dan akan menjadi narasumber bebas dalam mengungkapkan pendapat mereka.

Metode kualitatif ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat, bermakna, dan terperinci. Yang artinya adalah data aktual, data spesifik yang merupakan nilai di balik data yang terlihat. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan generalisasi, tetapi lebih pada kepentingan.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif dapat di mengerti sebagai data yang dapat di perluas. Metode penelitian kualitatif ini dianggap cocok untuk pembelajaran pola komunikasi kelompok karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar bukan angka. (Moleong, 2005:7).

Denzin dan Linclon mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang dengan tujuan menafsirkan inti permasalahan yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode seperti wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2005:25).

Penulis memilih metode deskriptif ini dengan tujuan memperoleh gambaran secara jelas tentang pola komunikasi kelompok yang dilakukan oleh karyawan gudang dengan administrasi penjualan dalam anggota kelompok.

Pada penelitian metode kualitatif deskriptif ini yaitu, data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar, dan bukan angka-angka. Maka dari itu, penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan penelitian ini. Data tersebut dapat berasal dari hasil naskah wawancara kepada narasumber dan memberikan ruang bicara yang luas dalam memberikan jawaban sesuai dengan pendapat dan pengalaman mereka, observasi langsung pada PT. Global Pharma Indonesia untuk mendapatkan berita yang akurat mengenai fakta-fakta secara sistematis.

3.4 Subjek/Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah informan yang dapat memahami informasi yang sedang diteliti dan dapat memberikan informasi secara rinci terkait permasalahan yang sedang diteliti ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* (disengaja) dalam menentukan informan. Teknik ini digunakan sebagai penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Singarimbun & Effendi, 2006:35)

Teknik *purposive sampling* yang ditargetkan ini di definisikan sebagai prosedur pengambilan sampel yang menentukan jumlah sampel yang akan diambil, memilih sampel sesuai dengan tujuan tertentu, dan tidak menyimpang dari karakteristik sampel yang ditentukan. Subjek penelitian ini adalah kepala gudang, wakil kepala gudang dan karyawan gudang inti di PT. Global Pharma Indonesia. Dengan kriteria informan sebagai berikut :

- a. Informan memiliki pengetahuan yang luas mengenai PT. Global Pharma Indonesia. Pengetahuan yang dimaksud adalah mengetahui visi, misi dan proses kerja dalam keluar masuknya barang.
- b. Informan memiliki pengaruh dalam kegiatan proses kerja di gudang dan mampu berkomunikasi dengan baik. Pengaruh yang dimaksud disini adalah informan merupakan orang yang berperan penting dalam proses kerja di gudang.
- c. Informan merupakan anggota inti yang aktif di gudang pada PT. GlobalPharma Indonesia.

Berdasarkan kriteria informan yang disebutkan di atas, maka yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdapat 3 orang. Yaitu 1 orang kepala gudang, 1 orang wakil

kepala gudang, dan 1 orang karyawan inti dalam gudang yang melaksanakan keluar masuknya barang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, observasi dan penelitian dokumenter. Hal ini didasarkan pada pentingnya ketiga teknik tersebut dalam mendukung pertanyaan penelitian ini. Menurut Lincoln dan Guba, tujuan wawancara adalah untuk mendalami peran orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, memverifikasi, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.

Selain wawancara, peneliti juga menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data serta mengamati proses kerja antara karyawan gudang dengan administrasi penjualan dalam melakukan keluar dan masuknya barang untuk pengiriman kepada pelanggan, retur barang dan pembatalan surat jalan. Keuntungan dari kedua metode di atas adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk Interaksi meliputi percakapan yang terjadi dalam proses kerja sehari-hari. Teknik ketiga adalah studi dokumentasi untuk melengkapi metode pengumpulan data yang dijelaskan di atas, yaitu: wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis interpretasi data. Berikut ini penjabaran dari ke-tiga metode di atas adalah :

1. Data Primer

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diselidiki dan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dari informan. Peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk informan.

Esterberg mengklasifikasikan jenis wawancara menjadi tiga jenis : wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. Berikut ini penjabarannya adalah :

- a. Wawancara terstruktur adalah seorang peneliti yang mempersiapkan pertanyaan dan menyiapkan jawaban dalam bentuk pertanyaan tertulis alternatif. Dalam wawancara terstruktur ini, setiap mengajukan pertanyaan yang sama kepada setiap informan, peneliti mencatat jawaban masing-masing informan. Cara ini bisa dilakukan oleh banyak orang.
- b. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang melibatkan wawancara mendalam yang bertindak lebih mandiri. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan titik-titik terbuka dimana responden dapat mengungkapkan pendapat dan pemikirannya.
- c. Wawancara tidak terstruktur, wawancara yang bebas jika peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara dibuat sebelumnya. Panduan wawancara yang di gunakan hanyalah sketsa dari masalah yang di pertimbangkan.

2. Observasi

Pengamatan adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Menurut Nasution, ilmuwan dapat bekerja dengan data faktual tentang dunia nyata yang diperoleh melalui observasi. Studi observasi juga memungkinkan peneliti untuk belajar banyak tentang masalah yang muncul dalam suatu situasi.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis baik dokumen, gambar maupun dokumen elektronik. Teknologi dokumentasi bukan sekedar mengumpulkan dokumen dan menuliskannya atau melaporkannya dalam bentuk kutipan, tetapi yang dilaporkan adalah hasil dari analisa dokumen tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau kumpulan dari sumber yang ada. (Hasan, 2002: 58). Data ini di gunakan untuk mendukung informasi primer yang dikumpulkan dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dan lainnya.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif digunakan untuk memanipulasi data, mengorganisasikan data, mengkategorikan data ke dalam unit-unit yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, memahami apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari, dan berkomunikasi dengan orang lain.

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis ini pun dilakukan atas dasar penelitian di bidang ini. Miles dan Huberman menyarankan agar kegiatan analisis data kualitatif di jalankan secara interaktif dan berkesinambungan hingga data yang di hasilkan jenuh.

Data lapangan di analisis menggunakan model interaksi analisis data kualitatif. Miles dan Huberman juga membagi kegiatan analitis menjadi tiga bagian: reduksi data, penyajian data, dan inferensi atau validasi. Berikut penjelasannya:

1. Reduksi data, Dengan kata lain, merupakan suatu usaha untuk mengelompokkan data yang diperoleh di lapangan menjadi bagian-bagian yang lebih spesifik. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak data yang tersedia. Mereduksi data berarti merangkum, memilih yang paling penting, menemukan yang paling penting, kemudian mencari tema dan pola. Data yang direduksi dengan demikian memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan lebih banyak data dan melakukan penelusuran ulang jika diperlukan.
2. Penyajian data, dalam penelitian riset kualitatif, peneliti biasanya menyajikan data dalam bentuk teks deskriptif. Tujuan penyajian data ini adalah untuk membantu pembaca memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan pemahaman tersebut. Selain narasi, peneliti juga dapat menambahkan grafik, bagan, atau matriks untuk menyajikan data.

3. Kesimpulan atau Verifikasi ini adalah penemuan baru yang belum di simpulkan sebelumnya. Pernyataan-pernyataan ini dapat berupa deskripsi objek atau deskripsi yang sebelumnya ambigu dan diperjelas.

3.7 Objek Penelitian

Objek adalah sasaran penelitian yang digambarkan secara konkret pada rumusan masalah penelitian (Bungin, 2011:78). Objek penelitian ini adalah pola komunikasi kelompok dalam mengoptimalkan kinerja karyawan PT. Global Pharma Indonesia.

3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Dalam penelitian skripsi ini lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Global Pharma Indonesia yang beralamat di Jl. Bouraq Lio Baru blok C1 No 33 , BatusariBatuceper Tanah tinggi Tangerang.

b. Waktu Penelitian

Waktu untuk penelitian yang dilaksanakan di PT. Global Pharma Indonesia terhitung mulai tanggal 28 April 2022 sampai dengan 29 Juli 2022.