



**POLA KOMUNIKASI BINTANG PT. MAHARAJA PUSAKA
NUSANTARA TANGERANG DALAM MENINGKATKAN KINERJA
KARYAWAN**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2025**



**POLA KOMUNIKASI BINTANG PT. MAHARAJA PUSAKA
NUSANTARA TANGERANG DALAM MENINGKATKAN KINERJA
KARYAWAN**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

FEBRIYAN IRAWAN

20210400030

• UBD •

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2025**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir

: Pola Komunikasi Bintang PT. Maharaja Pusaka Nusantara Tangerang Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Nama

: Febriyan Irawan

NIM

: 20210400030

Fakultas

: Fakultas Sosial dan Humaniora

Skripsi ini disetujui pada tanggal 21 Juli 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Sello Satrio, S.IKom., M.IKom

NIDN: 0402068901

Kepala Program Studi

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

NIDN: 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Febriyan Irawan

NIM : 20210400030

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Bintang PT. Maharaja Pusaka Nusantara
Tangerang Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 21 Juli 2025

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

NIDN: 0310048205

Sello Satrio, S.IKom., M.IKom

NIDN: 0402068901



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Febriyan Irawan

NIM : 20210400030

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Bintang PT. Maharaja Pusaka Nusantara
Tangerang Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pengaji 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.

Tim Pengaji

1. Ketua Pengaji : Adrallisman, S.S., M.Hum
NIDN: 0427117501

2. Pengaji 1 : Dr. Irpan Ali Rahman, S.S., M.P
NIDN: 0405027807

3. Pengaji 2 : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
NIDN: 0401018307

Tanda Tangan

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Universitas Buddhi Dharma



Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum, M.Hum

NIDN: 0418128601



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir berupa skripsi dengan judul "**Pola Komunikasi Bintang PT Maharaja Pusaka Nusantara Tangerang Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan**" merupakan karya asli saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dari dosen pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan pada kepustakaan;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat penyimpangan di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Tangerang, 21 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Febriyan Irawan

NIM: 20210400030

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berupa Skripsi dengan baik, lancar, dan tepat waktu sesuai dengan prosedur yang berlaku. Skripsi yang berjudul Pola Komunikasi Bintang PT. Maharaja Pusaka Nusantara dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan ini menggunakan penelitian kualitatif mengenai pola komunikasi organisasi yang terjalin dalam divisi *warehouse* pada PT. Maharaja Pusaka Nusantara. Penelitian ini disusun dengan tujuan melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar Strata Satu (S-1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Penulis tentu mendapatkan arahan dan bimbingan dari banyak pihak dalam menyusun skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala S.Hum., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Sello Satrio, S.Ikom., M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing dan Pembimbing Akademik yang dengan sabar membantu dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Shenny Ayunuri Beata, S.S., M.M., M. Hum., selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Sosial dan Humaniora yang telah membantu kelancaran administrasi.
6. Iskandar, S.I.PP., M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan Universitas Buddhi Dharma.
7. Dosen Pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan

- ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya.
8. PT. Maharaja Pusaka Nusantara yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian, dan juga para narasumber:
 - Regita Karlina selaku *Human Resources Department* (HRD) PT Maharaja Pusaka Nusantara.
 - Putri Regista selaku Admin Divisi *Warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara.
 - Bayu Bimansyah selaku *Staff Warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara.
 - Adriansyah Anshorry selaku *Staff Warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara
 9. Orang tua penulis, Wawang Irawan dan Sri Ratnasari yang sudah memberikan motivasi dan bantuan baik itu moril dan material, dan juga doa-doa yang terlantun untuk kelancaran penelitian penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Namun, penulis telah berusaha memaksimalkan waktu, tenaga, dan kesempatan sebaik mungkin agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Penulis harap penelitian ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 21 Juli 2025



Penulis

ABSTRAK

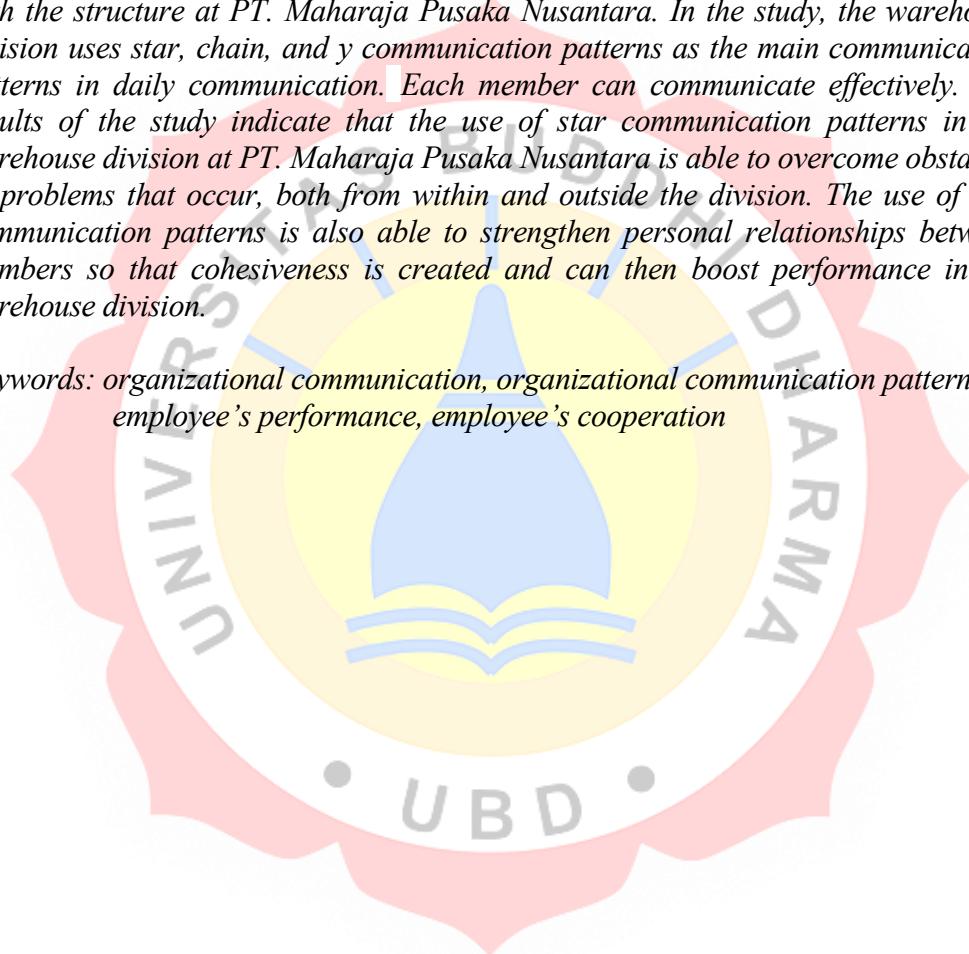
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi pada divisi *warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara dalam meningkatkan kinerja karyawan. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang kemudian dijabarkan secara deskriptif. Paradigma penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme. Subjek pada penelitian adalah divisi *warehouse* PT. Maharaja Pusaka Nusantara. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur pada narasumber, serta observasi. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa dalam komunikasi organisasi PT Maharaja Pusaka Nusantara, manajer mengarahkan agar admin divisi *warehouse* mampu memimpin para staf *warehouse* dengan baik dan sesuai fungsi yang sejalan dengan struktural pada PT Maharaja Pusaka Nusantara. Pada penelitian, divisi *warehouse* menggunakan pola komunikasi bintang, rantai, dan y sebagai pola komunikasi utama dalam berkomunikasi sehari-harinya. Setiap anggota dapat berkomunikasi secara efektif. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pola komunikasi bintang dalam divisi *warehouse* di PT Maharaja Pusaka Nusantara mampu mengatasi kendala atau masalah yang terjadi, baik dari dalam maupun luar divisi. Penggunaan pola komunikasi bintang juga mampu mempererat hubungan personal antar anggota sehingga tercipta kerjasama pada divisi dan kemudian dapat mendongkrak kinerja karyawan pada divisi *warehouse*.

Kata kunci: *komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, kinerja, kerjasama*

ABSTRACT

This study aims to determine how organizational communication patterns in the warehouse division of PT. Maharaja Pusaka Nusantara improve employee performance. This research method uses a qualitative style which is then described descriptively. The research paradigm uses the constructivism paradigm. The subject of the study is the warehouse division of PT Maharaja Pusaka Nusantara. Data collection techniques are carried out through structured interviews with informants, as well as observation. The results of the study show that in organizational communication at PT. Maharaja Pusaka Nusantara, the manager directs the warehouse division admin to be able to lead the warehouse staff well and according to the functions that are in line with the structure at PT. Maharaja Pusaka Nusantara. In the study, the warehouse division uses star, chain, and y communication patterns as the main communication patterns in daily communication. Each member can communicate effectively. The results of the study indicate that the use of star communication patterns in the warehouse division at PT. Maharaja Pusaka Nusantara is able to overcome obstacles or problems that occur, both from within and outside the division. The use of star communication patterns is also able to strengthen personal relationships between members so that cohesiveness is created and can then boost performance in the warehouse division.

Keywords: organizational communication, organizational communication patterns, employee's performance, employee's cooperation



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan & Manfaat Penelitian	6
1.3.1. Manfaat Akademis	6
1.3.2. Manfaat Praktis	6
1.4. Kerangka Konseptual	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Komunikasi	17
2.2.2. Komunikasi Organisasi	20
2.2.3. Pola Komunikasi Organisasi	21
2.2.4. Kinerja Karyawan	24
2.2.5. Kerja Sama Tim	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian.....	29

3.3. Subjek dan Objek Penelitian	29
3.3.1. Subjek Penelitian.....	29
3.3.2. Objek Penelitian	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Teknik Analisis Data.....	31
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1. Profil Perusahaan	33
4.1.1. Visi dan Misi.....	34
4.1.2. Struktur Perusahaan	35
4.2. Temuan Penelitian.....	37
4.3. Pembahasan.....	41
4.3.1. Pola Komunikasi Organisasi yang Berjalan pada Divisi <i>Warehouse</i>	42
4.3.2. Komunikasi Interpersonal pada Divisi <i>Warehouse</i>	46
4.3.3. Struktural dan Kultural pada Divisi <i>Warehouse</i>	49
4.3.4. Kepemimpinan oleh Admin Divisi <i>Warehouse</i>	54
4.3.5. Tujuan dan Harapan dalam Mendorong Motivasi Kinerja dan Kerja Sama Divisi <i>Warehouse</i>	57
BAB V SIMPULAN & SARAN	62
5.1. Simpulan	62
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	69
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	7
Gambar 2 1. Pola-Pola Komunikasi Organisasi.....	23
Gambar 4 1. Logo Perusahaan	33
Gambar 4 2. Website Perusahaan.....	34
Gambar 4 3. Struktur Perusahaan.....	35



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang dapat berpikir, merasakan, dan juga berinteraksi dengan lingkungannya. Manusia memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan sesama manusia ataupun kelompok guna memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan juga ekonomi. Interaksi sesama manusia dibutuhkan agar manusia dapat meningkatkan kualitas hidup dan juga tujuan hidupnya. Interaksi adalah proses komunikasi dan pertukaran informasi antara individu satu dengan individu lainnya ataupun kelompok. Proses interaksi inilah yang dapat juga dikatakan sebagai komunikasi.

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran atau media dengan mendapat umpan balik atau *feedback*. Desi dan Ulfie (2021:29) berpendapat bahwa komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap belaka, melainkan bentuk dari apa saja interaksi, senyuman, anggukan kepala yang membenarkan hati, sikap badan, ungkapan minat, sikap dan perasaan yang sama. Berdasarkan pernyataan sebelumnya, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi lisan, sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan lisan.

Manusia dalam berkomunikasi mempunyai tujuan. Didik (2021:31) menyatakan bahwa sebelum komunikasi berlangsung, diperlukan adanya tujuan yang dinyatakan sebagai suatu pesan yang disampaikan. Tujuan-tujuan dalam berkomunikasi adalah untuk menginformasikan, hiburan, edukasi, mengatasi konflik, digunakan dengan maksud menyampaikan pesan untuk mempengaruhi perilaku atau tindakan komunikan. Tujuan komunikasi berbeda-beda tergantung pada konteks komunikasinya, bisa itu komunikasi bisnis, komunikasi sosial, komunikasi pendidikan, dan komunikasi pribadi.

Mengutip dari Nurul (2022:2), Stewaed L. Tubbs dan Silvia Moss mengemukakan bahwa komunikasi manusia yaitu proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain. Sitti dan Phil (2020:21) mengutip penjelasan DeVito mengenai organisasi, yaitu organisasi sebagai suatu kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan, Morris (2020:4) menyatakan bahwa komunikasi organisasi membantu anggota untuk mencapai tujuan pribadi, namun, komunikasi yang dilakukan juga diarahkan atau bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan pendapat-pendapat yang dinyatakan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah jaringan terstruktur dan terarah yang melibatkan individu-individu dengan tujuan akhir yaitu tujuan organisasi.

Organisasi adalah sebuah sistem yang terdiri dari manusia-manusia yang terstruktur dan berproses untuk mencapai tujuan bersama. Organisasi dapat berupa suatu perusahaan, suatu lembaga, organisasi non-profit, ataupun kelompok sosial. Komunikasi yang terjalin dalam organisasi, disebut juga sebagai komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) merujuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan struktur organisasi. Komunikasi organisasi menggunakan bentuk komunikasi formal dan informal, serta komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok.

Organisasi sendiri memiliki pola komunikasi yang terjadi di dalamnya, setiap organisasi memiliki pola-pola komunikasi organisasinya tersendiri. Pola-pola komunikasi itu terbentuk berdasarkan situasi dan sistem struktur yang dibuat oleh pemimpin pada organisasi. Erwin dkk. (2023:52-53) menyebutkan bahwa pola komunikasi seorang pemimpin adalah metode komunikasi verbal dan nonverbal yang digunakan pemimpin untuk mengarahkan, mempengaruhi, dan membimbing bawahannya sehingga tujuan atau pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik. Agar dalam suatu perusahaan komunikasi berjalan efektif dan se bisa mungkin menghindari hambatan, pola komunikasi mesti terjalin. Pola komunikasi ini sekaligus sebagai suatu budaya perusahaan. Pola komunikasi ini terbagi menjadi

lima bagian, yaitu pola komunikasi roda, pola komunikasi lingkaran, pola komunikasi ‘y’, pola komunikasi bintang, dan pola komunikasi rantai.

Komunikasi organisasi adalah dasar dan kunci dalam berhasil atau tidaknya suatu organisasi membangun sistem dan bekerja sama di dalamnya. Zamzami (2021:26-27) menyatakan mengenai organisasi, salah satu definisi menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja berupa tujuan yang ditetapkan. Organisasi yang dapat memaksimalkan efisiensi komunikasi di dalamnya, secara langsung dapat meningkatkan efektivitas kerja di antara para anggotanya, meningkatkan produktifitas, mengurangi hambatan atau kesalahpahaman sesama anggota, dan paling penting adalah meningkatkan kesuksesan menuju tujuan organisasi.

Permasalahan komunikasi pada organisasi dapat menyebabkan berbagai masalah. Kesalahpahaman, konflik, kesalahan informasi, dan kurangnya rasa percaya antar karyawan pada perusahaan dapat timbul akibat komunikasi organisasi yang buruk. Permasalahan komunikasi yang timbul dalam organisasi dapat disebut juga sebagai hambatan komunikasi organisasi. Hambatan komunikasi organisasi dapat menjadi faktor utama yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan, Menurut Neni dan Asri (2023:601), menyatakan keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai kinerja yang baik bergantung pada sumber-sumber organisasi yang menjadi dasarnya, yaitu produktifitas dan individu yang secara kolektif memberikan dampak signifikan bagi organisasi.

Pola komunikasi yang digunakan secara tepat dapat membantu keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai kinerja karyawan yang optimal. Yusril dan Dwi (2024:805) menjelaskan bahwa pola komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dipahami. Penggunaan pola komunikasi yang tepat pada sebuah organisasi atau divisi mampu mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan produktifitas kinerja karyawan dan juga organisasinya.

PT. Maharaja Pusaka Nusantara adalah perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). PT. Maharaja Pusaka Nusantara memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan Nomor : 4/24.1PK.7/31.71.02/-1.824.27/e/2017, yang dibuat pada tanggal 25 Januari 2017 sebagai salah satu syarat mendirikan usaha perdagangan. PT Maharaja Pusaka Nusantara juga merupakan perusahaan yang taat pajak dengan No. NPWP 03.048.073.5-026.000.

PT. Maharaja Pusaka Nusantara atau lebih dikenal dengan nama “*Maharaja Coffee*” adalah perusahaan kopi lokal yang bergerak dibisnis kopi kualitas spesialti yang tadinya berskala *home industry*, berkembang dengan pesat menjadi korporasi yang terus menerus melebarkan sayap dalam industri kopi bercitarasa baik, seiring dengan permintaan yang terus meningkat. Dari yang semula hanya bergelut dalam dunia *Coffee beans*, MPN kemudian merebak usahanya ke dunia perkakas kopi. PT. Maharaja Pusaka Nusantara memfokuskan diri pada produk kopi Nusantara dengan mutu kopi Spesialti/*Specialty Coffee*. Spesialti adalah istilah baru dalam perkopian modern.

PT Maharaja Pusaka Nusantara, lahir sebagai *Specialty Coffee Roaster*, Kopi sangrai/siap giling dan siap seduh adalah produk utama *Maharaja Coffee*. *Maharaja Coffee* terus menerus mencari dan mengkategorikan berdasarkan geografi, geomerti, genetik, budaya, citarasa kopi - kopi terbaik di nusantara, kopi yang terawat, lestari, dan dipanen pada puncak kematangan, memproses dengan baik, dan mengolah menjadi kopi siap sangrai berkualitas. Kopi hijau akan di sangrai dan dibawa ke pasar domestik dan internasional sesuai dengan pesanan.

PT Maharaja Pusaka Nusantara mendedikasikan perhatian pada Kopi Luwak liar, dimana sejak tahun 2005 sudah memulai penelitian, pencarian, mengumpulkan contoh dan eksperimen cita rasa kopi luwak dari hampir semua wilayah penghasil kopi luwak yang ada di Indonesia. Dan pada dunia perkakas kopi, MPN memakai LATINA sebagai merek utamanya.

Divisi *warehouse* merupakan divisi yang bertugas dalam memastikan kualitas alat-alat yang dijual perusahaan. Menurut Muhammad Ridwan, dkk. (2022:15)

mengatakan bahwa, gudang merupakan tempat penyimpanan yang merupakan bagian dari proses kinerja perusahaan yang sangat penting, berdasarkan hal tersebut penulis menyimpulkan, divisi gudang merupakan peranan penting dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata *customer* karena divisi gudang merupakan pintu pertama atau pihak yang bertanggung jawab pertama kali dalam memastikan kelayakan suatu barang yang akan dijual. Karena MPN juga mengimport barang dari luar, dan barang tersebut dikirim melalui pengiriman kargo ekspidisi laut dan memakan waktu banyak serta melibatkan beberapa pihak, maka barang yang sampai tidak semuanya mempunyai kualitas yang layak jual.

Kemudian, penulis melihat bahwa pentingnya penelitian ini dalam meningkatkan kinerja organisasi, bukan hanya pada divisi *warehouse* saja yang berada di PT. Maharaja Pusaka Nusantara. Pada penelitian ini, penulis langsung bertemu dengan narasumber yang memiliki kredibilitas baik dalam mengungkap tujuan dari penelitian ini lebih mendalam. Penulis ingin mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi PT. Maharaja Pusaka Nusantara dalam meningkatkan kinerja karyawan dalam divisi *warehouse*, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada pola komunikasi organisasi PT. Maharaja Pusaka Nusantara Tangerang dalam meningkatkan kinerja divisi *warehouse*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pernyataan atau pertanyaan yang jelas dan terperinci dan mengacu pada masalah yang ingin dipecahkan atau diteliti. Rumusan masalah dapat membantu penulis dalam fokus pada masalah spesifik dalam penilitian, serta memudahkan dalam mencari solusi. Menurut Ikhlas dkk. (2023:12937) rumusan masalah adalah pertanyaan penelitian, yang umumnya disusun dalam bentuk kalimat tanya. Penulis ingin menganalisa pola komunikasi organisasi yang terapkan di divisi *warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara dalam meningkatkan kinerja pada divisi *warehouse*. Kemudian penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Divisi *Warehouse* pada PT. Maharaja Pusaka Nusantara?”

1.3. Tujuan & Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang spesifik, yang membahas persoalan yang ingin dicapai atau ditemukan oleh penulis melalui penelitian. Penelitian ini bertemakan studi kasus pada PT Maharaja Pusaka Nusantara, Muhammad Wahyu dkk. (2024:466) mendeskripsikan bahwa tujuan utama penelitian studi kasus adalah untuk mengungkapkan atau mendeskripsikan kekhasan suatu individu, kelompok, dan sebagainya. Mengacu pada masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut.

“Menganalisis Pola Komunikasi Organisasi yang Diterapkan pada Divisi *Warehouse* di PT. Maharaja Pusaka Nusantara”.

1.3.1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan perusahaan yang mempunyai sistem atau struktur organisasi yang di dalamnya terdapat divisi-divisi yang berbeda. Penelitian ini dapat membuka peluang bagi penelitian-penelitian berikutnya yang ingin berfokus pada komunikasi organisasi dan berbagai unsur terkait bagi organisasi atau perusahaan. Permasalahan terkait berbagai divisi dalam organisasi tidak penulis fokuskan. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada divisi *warehouse*.

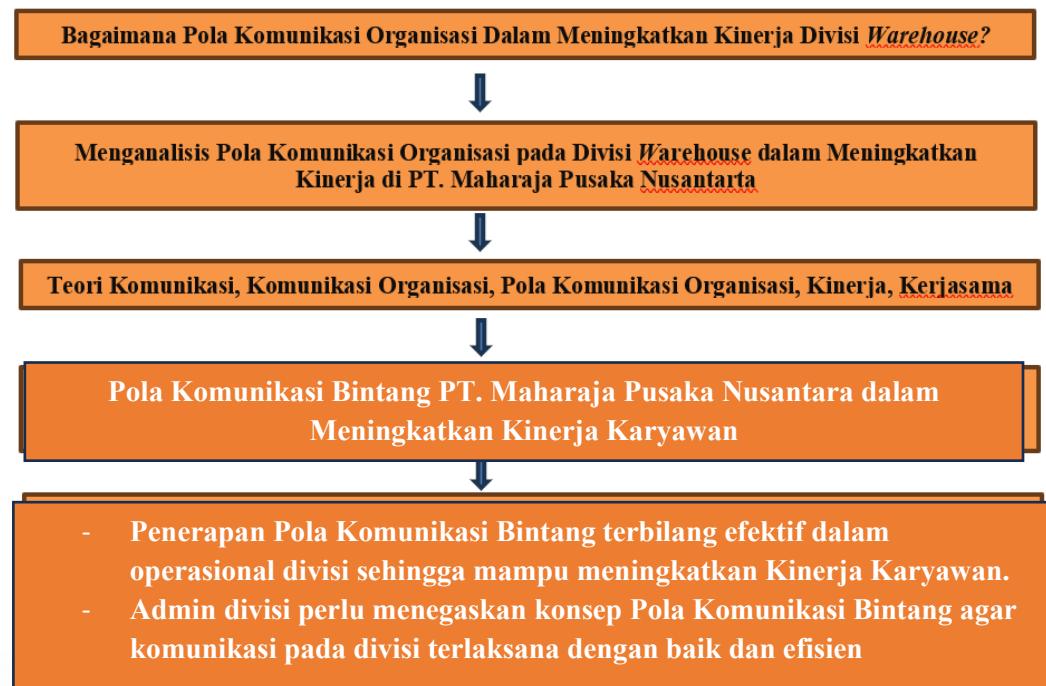
1.3.2. Manfaat Praktis

Selain untuk para akademisi, penelitian ini dapat bermanfaat bagi para praktisi atau karyawan-karyawan pada perusahaan. Hasil dari penelitian ini dapat dipraktekkan oleh *supervisor*, *manager*, *head division*, dan juga *staff* atau posisi lainnya dalam struktur perusahaan. Mengingat bahwa pola komunikasi yang tepat dalam berorganisasi dapat mempererat hubungan internal dalam perusahaan.

1.4. Kerangka Konseptual

Guna mengorganisir pemikiran akan permasalahan yang sedang diteliti, penulis akan menjabarkan kerangka pemikiran sebagai analisa yang lebih sistematis dan terstruktur. Selain itu, guna mengidentifikasi hubungan antar variabel teori yang digunakan. Penulis menggambarkan fenomena utama pada penelitian pada subbab ini. Berdasarkan latar belakang, kajian teoritis, serta fokus penelitian yang

sudah penulis jelaskan sebelumnya, maka penulis menyusun kerangka pemikiran dalam gambar bagan di bawah ini:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bab ini berisi dua subbab besar, yaitu kajian penelitian terdahulu dan kerangka teoritis atau *main theory*. Kajian penelitian terdahulu digunakan untuk sumber dasar dalam mencari perbandingan dan juga memudahkan penulis untuk menentukan langkah-langkah menyusun penelitian. Sedangkan kerangka teoritis penulis gunakan sebagai arah dan fokus penulis dalam memastikan penelitian penulis tetap berada pada jalur yang tepat sesuai bahasan utama. Selain untuk meningkatkan validasi dari penelitian, kerangka teoritis juga dapat membantu peneliti memahami fenomena yang penulis teliti secara mendalam.

Penelitian mengenai analisa pola komunikasi organisasi sudah pernah dilakukan. Penelitian-penelitian yang telah ada penulis gunakan sebagai bahan referensi guna mengumpulkan data-data yang penulis butuhkan. Hasil dari penelitian-penelitian terdahulu dapat penulis gunakan sebagai bahan perbandingan dalam menghasilkan *value* atau nilai dari penelitian penulis itu sendiri. Beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan dan memiliki kesamaan dalam persoalan masalah yaitu:

JURNAL:

1. Penelitian oleh Taufik Kurniawan, Nindya Kartika Kusmayati, Yuli Kurniawati, dan Iwang Suwangsih pada Jurnal PUBLICIANA dengan judul ANALISA IMPLEMENTASI BUDAYA ORGANISASI GUNA MENCIPTAKAN PERKEMBANGAN PERUSAHAAN *ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL CULTURE IMPLEMENTATION TO CREATE COMPANY DEVELOPMENT* (2024).

Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa budaya organisasi yang kuat dan selaras dengan visi serta misi perusahaan berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan perusahaan. Implementasi nilai-nilai budaya yang konsisten, partisipasi aktif karyawan

serta kepemimpinan yang mendukung merupakan faktor-faktor kunci dalam memperkuat budaya perusahaan.

Dalam penelitian dijelaskan bahwa budaya organisasi tidak terbentuk secara instan, melainkan hasil dari proses panjang yang melibatkan interaksi oleh manajemen dan karyawan, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Hasil pada penelitian menjelaskan budaya organisasi dapat mempengaruhi kesuksesan organisasi secara tidak langsung, asalkan budaya tersebut bersifat baik. Budaya organisasi yang sehat perlu dipahami dan dimengerti oleh karyawan, serta diaplikasikan dalam bentuk tindakan, perilaku, serta perspektif tiap karyawan supaya dapat dijadikan pedoman sehari-hari.

Kelebihan pada penelitian ini terletak pada konkritnya penjabaran-penjabaran mengenai budaya organisasi secara detail. Namun, yang menjadi kekurangan adalah tidak adanya subjek atau objek yang menjadi pokok bahasan, sehingga penulis tidak menemukan validitas keabsahan atau kesimpulan yang terdapat pada penelitian. Penulis mendapati bahwa para peneliti menggunakan teori budaya organisasi dalam penelitiannya.

Perbedaan penelitian Taufik dkk, dengan penelitian penulis adalah pada aspek teori-teori yang digunakan, jika penelitian Taufik dkk, hanya menggunakan teori budaya organisasi, penulis memakai teori-teori selain budaya organisasi untuk mengupas fokus pada penelitian. Selain itu, pada bahasan juga terdapat perbedaan. Penelitian Taufik dkk, menganalisis implementasi budaya organisasi, bahasannya bersifat luas, tanpa mengerucutkan bahasan pada suatu organisasi.

2. Penelitian tentang KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DI KANTOR LURAH MEDAN BELAWAN BAHAGIA (2024), oleh Nadhilah Salsabilah Siregar dalam jurnal IjoCial.

Kinerja pegawai di Kantor Lurah Medan Belawan dapat diketahui dengan pola komunikasi yang dibangun oleh pimpinan beserta dengan jajarannya dalam pelayanan birokrasi publik kepada masyarakat. Pola

komunikasi organisasi dibangun oleh Kantor Lurah Medan Belawan dilakukan secara struktural dan protokoler, dan berjenjang artinya bahwa untuk segala urusan pelayanan birokrasi publik kepada masyarakat, tidak serta merta bisa langsung berhadapan dengan pimpinan melainkan kepada sub divisi yang telah ditunjuk dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

Dalam menjalankan pola komunikasi di Kantor Lurah Medan Belawan, pimpinan senantiasa memberikan arahan dan petunjuk agar jajarannya dapat bekerja secara maksimal dan optimal sesuai dengan perannya masing masing pada sub divisi pelayanan tugasnya kepada masyarakat. Jajaran dalam kelurahan pun demikian, akan langsung bertanya kepada pimpinan jika memang ada sesuatu hal yang tidak difahami dan atau tidak diketahui, guna menghindari kelambanan pegawai dalam pelayanan birokrasi publik kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, menggunakan analisis deskripsi sehingga memberikan analisis dan gambaran terhadap penelitian tentang komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja pegawai di Kantor Lurah Medan Belawan Bahagia. Hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini diketahui bahwa stabilitas relationship antar jajaran sangat penting bagi terjaganya kinerja di Kantor Lurah Medan Belawan Bahagia. Artinya segala problematika yang terjadi baik secara internal maupun eksternal dapat diselesaikan dengan pembicaraan yang baik.

Arus komunikasi yang terjadi secara struktural dari atas kebawah dan sebaliknya dari bawah keatas, antara pimpinan dan jajaran pada Kantor Lurah Medan Belawan Bahagia dijaga sedemikian rupa dapat berjalan dengan baik dengan retorika yang baik pula sebagaimana standar yang diberlakukan bagi aparatur sipil negara. Hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan yaitu bahwa komunikasi yang dilakukan di kantor Lurah Medan Belawan bahagia dapat dikategorikan sudah mulai membaik, hal ini dapat dilihat dari kinerja antar sesama pegawai sudah berjalan dengan efektif.

Komunikasi vertikal yang dilakukan antara pegawai dengan pimpinan pada kantor Lurah Medan Belawan Bahagia baik. Hal ditandai dengan sudah berjalannya komunikasi dalam kelompok kerja antara pegawai. Baiknya komunikasi dalam suatu organisasi itu ditandai dengan seorang pemimpin mampu memimpin menjabarkan kebijakan organisasi dan ide-ide yang bisa dipahami para pengikut dan bawahannya, akan tetapi masih ditemui faktor penghambat yaitu masih banyaknya Pegawai yang bekerja tidak sesuai dengan kinerjanya dan paham dalam pekerjaannya, dan juga masih ada beberapa pegawai yang jarang ketemu dan berkomunikasi dengan Lurah Belawan Bahagia. Dan kurangnya pengarahan dari pimpinan mengenai mekanisme kerja yang efektif.

Kelebihan pada penelitian ini adalah adanya informan yang disertai dengan profil-profilnya, informan atau narasumber dalam penelitian adalah benar adanya sebagai karyawan atau PNS dalam Kantor Lurah Medan Belawan. Selain itu, pembahasan permasalahan pada penelitian diuraikan secara deskriptif sehingga penulis dapat memahami bagaimana permasalahan dan solusi yang diberikan oleh informan sebagai pelaku atau anggota langsung dalam Kantor Lurah Medan Belawan. Sedangkan, kekurangan pada penelitian ini adalah tidak disebutkannya pola komunikasi organisasi yang digunakan dalam kantor Lurah Medan Belawan.

Selain itu, pada wawancara pertanyaan dengan informan, tidak sebutkan dengan rinci pertanyaan-pertanyaan apa yang ditanyakan, sehingga penulis hanya mengetahui solusi permasalahan dalam penelitian hanya melalui kesimpulan pada penelitian saja, Penulis tidak dapat memahami isi pada penelitian pada perspektif lain. Namun, penelitian ini memberikan manfaat dalam sisi akademis, Penulis dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai acuan bahasan dalam memahami komunikasi organisasi yang dapat meningkatkan kinerja kerja pada kantor Lurah Medan Belawan.

Sedangkan, perbedaan penelitian ini dengan milik penulis adalah penelitian milik Nadhilah memakai teori-teori yang lebih sedikit

dibandingkan dengan teori yang penulis gunakan. Selain itu, pada sisi komunikasi organisasi, Nadhilah tidak mengupas perihal komunikasi interpersonal yang terjadi pada individu-individu di kantor Lurah Medan Belawan. Adapun teori-teori yang digunakan oleh Nadhilah dalam jurnal penelitiannya adalah; komunikasi organisasi, kepemimpinan, pola komunikasi organisasi vertikal dan horizontal, dan kinerja pegawai.

3. Penelitian tentang STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DI MIS AZZAKY MEDAN (2021), oleh M. Nurul Fadhlil pada Journal Ability.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penetapan dan pelaksanaan strategi komunikasi organisasi (vertikal, horizontal, diagonal) yang terdapat di MIS Azzaki Medan sebagai berikut: Komunikasi vertikal yang terdapat di MIS Azzaki Medan masih belum cukup baik, disebabkan karena kurangnya kehadiran kepala sekolah pada proses kegiatan belajar mengajar. Komunikasi horizontal yang terdapat di MIS Azzaki Medan sudah cukup baik. Tingginya interaksi antara sesama anggota setingkat dan masih lemahnya kerjasama organisasi menunjukkan interaksi yang dilakukan lebih kepada komunikasi non formal.

Komunikasi diagonal yang terdapat di MIS Azzaki Medan terlaksana dengan baik, karena semua anggota organisasi yang berbeda tingkat kedudukan diberi kebebasan melakukan komunikasi, baik berbentuk formal maupun non formal. Dari ke tiga komunikasi di atas membentuk sebuah pemahaman penulis yang menunjukkan bahwa penetapan strategi komunikasi orgaisasi belum sesuai struktur koordinasi, dan pelaksanaannya bersifat kebersamaan dan kebebasan komunikasi anggota organisasi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian berdasarkan pada bentuk pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam bentuk analisis deskriptif, menganalisa keterkaitan antara variabel dalam suatu fenomena yang diteliti dengan teori yang ada dan kemudian menguraikan data-data untuk disimpulkan. Penelitian ini berkesimpulan pada komunikasi vertikal yang ada belum cukup signifikan karena tidak hadirnya kepala sekolah dalam kegiatan belajar.

Kemudian, pada komunikasi horizontal di MIS Azzaki Medan dirasa cukup baik, hal ini dikarenakan tingginya interaksi dalam anggota sejajar, dan juga lemahnya penerapan struktur organisasi, sehingga komunikasi yang ada cenderung dalam komunikasi nonformal. Terakhir, pada komunikasi diagonal, berjalan dengan baik karena semua anggota yang berasal dari berbagai kedudukan diberi kebebasan berkomunikasi, baik secara formal maupun informal.

Kelebihan pada penelitian ini ada pada detailnya peneliti dalam menjelaskan dan menjabarkan strategi atau pola komunikasi organisasi yang dipakai dalam organisasi MIS Azzaki Medan. Peneliti juga menjabarkan realitas serta permasalahan yang terjadi terkait aktivitas komunikasi organisasi dalam MIS Azzaki Medan. Namun, pada kesimpulannya, peneliti tidak memberikan saran atau solusi perihal permasalahan yang terjadi dalam komunikasi organisasi MIS Azzaki Medan, sehingga hal tersebut menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memberi manfaat bagi penulis melalui komunikasi organisasi yang terjadi, baik itu vertikal, horizontal, maupun diagonal. Teori yang digunakan pada penelitian adalah komunikasi organisasi, kepemimpinan, dan jaringan komunikasi organisasi. Perbedaan antara Jurnal penelitian Nurul dan penelitian penulis terletak pada fokus penelitiannya, pada jurnal penelitian Nurul lebih mengupas aspek strategi dari jaringan komunikasi organisasi yang terjadi pada MIS Azzaky Medan.

SKRIPSI:

1. Skripsi, dengan judul KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS KESETARAAN GENDER DI LINGKUNGAN WARTAWAN SURAT KABAR WASPADA DAN ANALISA (2021), oleh M. Ilham Luthfi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati dan menjelaskan realitas dalam perspektif peneliti tentang bagaimana kesetaraan gender atau gender *equality* berjalan dalam komunikasi organisasi di surat kabar Waspada dan Analisa. Karena bahasan soal kesetaraan gender adalah bahasan yang

sensitif dan universal, penulis menemukan bahwa peneliti membatasi permasalahan ini hanya perihal pada kesetaraan gender serta sistem rekrutmen dalam komunikasi organisasi pada wartawan surat kabar Waspada dan Analisa.

Masalah dalam penelitian ini terkait soal perempuan yang sulitnya mendapat pekerjaan dalam dunia jurnalistik, dan berbagai permasalahan yang dihadapi, dalam dunia pekerjaan. Metode pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif yaitu mencari fakta yang tepat untuk mengetahui bagaimana melihat kesetaraan gender dalam komunikasi organisasi di lingkungan wartawan surat kabar Waspada dan Analisa. Subjek pada penelitian ini adalah wartawan surat kabar harian Waspada dan Analisa sesuai dengan judul yang diangkat penulis yaitu “Komunikasi Organisasi Berbasi Kesetaraan Gender di lingkungan wartawan Surat Kabar Waspada dan Analisa”, sehingga wartawan Surat kabar Waspada dan Analisa nantinya akan diwawancara mengenai tanggapan mereka mengenai kesetaraan gender.

Kesimpulan dalam penelitian ini, melalui aspek komunikasi organisasi ialah sistem perekrutan wartawan pada surat kabar Waspada dan Analisa tidak ada nepotisme dan murni karena seleksi berdasarkan kemampuan, selain itu, perekrutan wartawan dilakukan melalui prosedural dan aturan yang dibuat oleh pimpinan perusahaan surat kabar Waspada dan Analisa. Organisasi yang ada di perusahaan surat kabar Waspada dan Analisa sesuai dengan teori birokrasi organisasi Max Weber bahwa tidak ada nepotisme, berdasarkan keluarga atau orang dalam, melainkan dilihat dari kemampuan dan potensi yang dimiliki individu sendiri. Organisasi di perusahaan surat kabar Waspada dan Analisa memenuhi karakteristik sesuai pendapat Max Weber bahwa karakteristik yang harus dimiliki organisasi untuk mewujudkan birokrasi rasional, yaitu otoritas, spesialisasi dan peraturan.

Pada penelitian ini, penulis menemukan kelebihan, yaitu, beraninya peneliti dalam menangkap tema perihal paradigma *feminism*. Penelitian ini

mengangkat kesetaraan gender dalam surat kabar Waspada dan Analisa. Bagi perempuan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melihat realitas yang ada tentang bagaimana perempuan jika bekerja menjadi seorang wartawan. Namun, kekurangan pada penelitian ini adalah tidak dijelaskannya pola komunikasi organisasi yang terjadi dalam penelitian. Peneliti hanya menjabarkan soal sifat-sifat komunikasi organisasi dalam satu teori saja tanpa menjelaskan bagaimana situasi atau fakta yang ada jika perempuan terlibat dalam suatu aktivitas komunikasi organisasi dalam dunia wartawan.

Penelitian ini hanya menekankan pada gender *equality* dan bagaimana solusinya tanpa memasukan interaksi komunikasi organisasi dengan adanya gender *equality* di dalam organisasinya. Adapun teori-teori yang dipakai peneliti pada skripsinya adalah; komunikasi organisasi, konsep gender, wartawan, dan surat kabar. Perbedaan jelas terletak pada bahasan utama, Luthfi membahas masalah gender *equality* yang terjadi pada lingkup kerja surat kabar harian. Sama-sama beranjak dari teori komunikasi organisasi, namun Luthfi lebih condong pada paradigma *feminism*.

2. Skripsi, dengan judul KOMUNIKASI ORGANISASI PENGURUS KOPERASI MAJU DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN (2024), oleh Michael Fiheely, Universitas Buddhi Dharma.

Penelitian ini membahas soal komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pengurus koperasi untuk mencapai kinerja karyawan yang optimal. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif kualitatif, dengan pendekatan pada penggambaran, penjelasan, dan pemahaman suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh, sehingga peneliti akan menjelaskan atau menggambarkan wawancara-wawancara secara menyeluruh dan mendalam terhadap Koperasi Maju.

Kesimpulannya, komunikasi yang efektif dalam organisasi sangat penting untuk mencapai keberhasilan, terutama dalam menyampaikan tugas dan tanggung jawab kepada karyawan. Keberagaman karyawan menuntut

adanya pendekatan komunikasi yang adaptif dan inklusif. Maka peneliti menarik kesimpulan bahwa, Pengurus Koperasi telah berhasil menerapkan komunikasi yang efektif dalam menyampaikan tugas dan tanggung jawab kepada karyawan.

Penulis mendapati adanya penjabaran tentang pola komunikasi organisasi dan kaitannya dengan kinerja karyawan. Saran atau solusi juga telah diberikan oleh peneliti dalam tujuan tercapainya kinerja karyawan yang optimal dalam Koperasi Maju. Sumber data pada penelitian juga dijabarkan dengan detail, termasuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam setiap wawancara. Hal ini membantu penulis dalam menemukan fokus pada komunikasi organisasi terkait pola yang ada dalam Koperasi Maju. Namun, kekurangan dalam penelitian ini adalah tidak dijelaskannya perihal gangguan atau hambatan komunikasi organisasi yang ada dalam Koperasi Maju. Selain itu, fokus komunikasi yang dijelaskan hanya perihal komunikasi horizontal saja, tidak menjelaskan tentang komunikasi vertikal, ataupun komunikasi diagonal. Sehingga, penelitian ini hanya dapat dilihat dari aspek kepengurusan saja, tidak soal keseluruhan anggota dalam Koperasi Maju. Kendati demikian, penelitian ini membantu penulis dalam acuan mengenai komunikasi organisasi secara horizontal yang efektif, sehingga memberikan kontribusi agar penulis dapat memahami efektivitas komunikasi organisasi dalam Koperasi Maju.

Teori yang digunakan oleh peneliti pada skripsinya adalah; efektivitas komunikasi organisasi, motivasi, gaya komunikasi organisasi, dan kinerja karyawan. Perbandingan terletak pada jumlah teori yang Michael gunakan dalam skripsinya. Selain itu, fokus pada penelitian Michael terletak pada bahasan komunikasi antara pengurus dengan karyawan, sedangkan, pada penelitian penulis, lebih mengupas komunikasi organisasi antara atasan dengan bawahan, begitu pula sebaliknya.

2.2. Kajian Teoritis

Untuk membantu menjelaskan permasalahan atau fenomena yang sedang penulis teliti, penulis menggunakan beberapa teori-teori yang telah ada sebagai panduan serta runtutan keabsahan. Selain itu, kerangka teoritis yang digunakan diharapkan penulis mampu meningkatkan validitas dan realibilitas pada penelitian. Berikut kerangka teoritis yang penulis pakai.

2.2.1. Komunikasi

Seperti yang sudah dijelaskan dalam latar belakang, komunikasi adalah proses pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan melalui saluran atau *channel* dengan maksud mendapatkan umpan balik. Pada subbab ini, penulis akan menjelaskan komunikasi secara aspek tujuan, hambatan, dan model-modelnya.

Tujuan dari komunikasi itu sendiri adalah mencapai kesepahaman yang sama, yaitu antara komunikator dan komunikannya. Selain itu, komunikasi juga bisa digunakan untuk membangun relasi, baik itu antara individu atau kelompok. Karena pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial, komunikasi juga dapat mengubah perilaku seorang individu kearah lebih baik dengan intropesi dalam komunikasi antarpribadi maupun kritikan serta saran dari teman-teman melalui komunikasi interpersonal. Komunikasi juga mampu meningkatkan *aware* terhadap suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi di sekitar. Manusia sebagai makhluk individu ataupun makhluk sosial, memiliki dorongan ingin tahu, ingin maju, dan berkembang, maka salah satu sarananya adalah komunikasi (Tita Melia Milyane et al., 2022:42).

2.2.1.1. Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki tujuan-tujuan yang berbeda dalam setiap komponennya. Didik (2021:43) menyebutkan tujuan utama dari proses komunikasi adalah untuk mempengaruhi, menimbulkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian dan sebagainya.

Namun secara universal tujuan dari komunikasi dapat di kelompokkan menjadi :

1. Mengubah Sikap (Attitude Change)
2. Mengubah Opini (Opinion Change)
3. Mengubah Perilaku (Behavior Change)

Selain tujuan di atas komunikasi juga dapat digunakan dalam mempermudah interaksi antar pelaku komunikasi seperti:

1. Untuk mempermudah menyampaikan ide, pikiran gagasan agar dimengerti oleh para pelaku komunikasi.
2. Memahami orang lain.
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

2.2.1.2. Fungsi Komunikasi

Nurdin dkk., (2013:32-33) mengutip pernyataan Laswell tentang fungsi dasar komunikasi bagi manusia adalah berikut:

1. Hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi masyarakat dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa
2. Upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi, dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat dimana manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.
3. Upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota

masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku dan peranan. Misalnya bagaimana orang tua mengajarkan tatakrama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negara.

2.2.1.3. Unsur Komunikasi

Unsur dapat dikatakan komponen yang membentuk bagaimana proses komunikasi tersebut berlangsung. Didik (2021:32-33) menjelaskan unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Sender*: komunikator yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada komunikan (seseorang atau sejumlah orang)
2. *Encoding*: Penyandian, yaitu proses pengalihan pikiran, ide dan gagasan seseorang ke dalam bentuk lambang yang mengandung arti yang dapat dimengerti oleh orang lain.
3. *Message (pesan)*: Serangkaian lambang-lambang yang disusun dan dipilih secara sengaja oleh komunikator atau sumber dan mempunyai makna bagi pelaku komunikasi.
4. *Media*: Saluran komunikasi atau tempat berlalunya pesan dari sumber atau komunikator kepada komunikan atau penerima.
5. *Decoding*: Pengawasandan, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna atau menginterpretasikan lambang-lambang yang dipilih dalam bentuk pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada dirinya(komunikan).
6. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Efek*: Seperangkat reaksi dari komunikan ketika dia menerima pesan komunikasi dari komunikator.
8. *Feedback*: Umpatan balik atau tanggapan komunikan ketika dia mendapatkan pesan komunikasi dari komunikator yang dikirim kembali kepada komunikator.
9. *Noise*: Gangguan dari proses komunikasi yang tidak direncanakan yang mengganggu pesan sehingga membuat perbedaan makna pesan dari komunikator.

2.2.2. Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) mengarah pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam aktivitas pada suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal, serta bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan teori-teori komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian, serta kebudayaan organisasi. Dalam perusahaan, menurut Kamaluddin dan Sintia (2020:321) menyebutkan pola komunikasi organisasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penyampaian informasi dari seorang pimpinan kepada para pegawainya, yaitu meliputi sumber informasi, sebagai pusat ingatan bagi organisasi dan menciptakan gagasan atau ide-ide agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan kantor atau intansi

2.2.2.1. Konsep Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang baik dapat menciptakan kinerja organisasi. Suranto (2018:130), menyebutkan konsep-konsep komunikasi organisasi adalah berikut:

1. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan warga organisasi mengirim dan menerima pesan sesuai apa yang diperlukan dalam organisasi.
2. Komunikasi dapat diubah, dipertahankan, dan ditingkatkan dalam kemajuan sebuah organisasi.
3. Suatu organisasi dikontruksi dan diperlihara oleh organisasi. Artinya, ketika proses komunikasi antarkomponen tersebut dapat diselenggarakan secara harmonis, maka organisasi tersebut akan semakin kokoh dan kinerja organisasi akan meningkat.

2.2.2.2. Unsur Komunikasi Organisasi

Suranto (2018:23) menyatakan bahwa unsur komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikator:

Orang yang menciptakan dan mengirim pesan

2. Pesan:

Informasi, gagasan, ide, simbol yang menjadi komponen dari isi komunikasi organisasi.

3. Media:

Sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

4. Komunikan:

Pihak yang menerima pesan.

5. Umpulan Balik:

Respon atau tanggapan komunikan setelah mendapat terpaan pesan.

6. Noise:

Gangguan ataupun hambatan komunikasi.

2.2.2.3. Kepemimpinan dalam Komunikasi Organisasi

Secara harfiah, kepemimpinan diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk membimbing, mempengaruhi, ataupun mengarahkan individu atau kelompok dalam rangka mencapai tujuan, kepentingan bersama. Sitti dan Phil (2020:78) menyatakan bahwa pemimpin dan kepemimpinan merupakan satu kesatuan kata yang tidak dapat dipisahkan secara struktural maupun fungsional. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, kepemimpinan adalah interaksi antar satu orang (pemimpin) dengan orang atau kelompok, yang mana dalam interaksi tersebut si pemimpin memotivasi, mengarahkan, mempersuasi, ataupun mengayomi anggota-anggotanya dengan tujuan akhir mencapai kesuksesan organisasi atau perusahaan

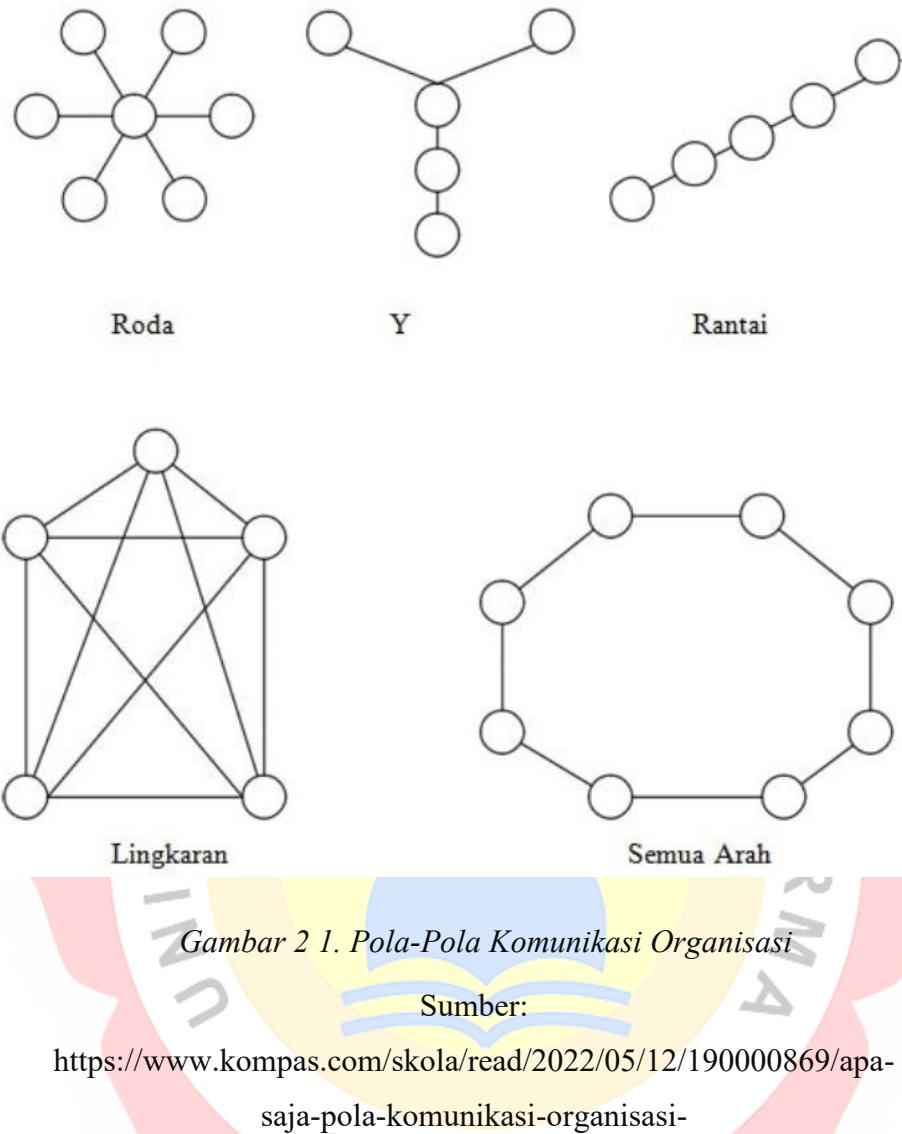
2.2.3. Pola Komunikasi Organisasi

. Agar dalam suatu perusahaan komunikasi berjalan efektif dan se bisa mungkin menghindari hambatan, pola komunikasi mesti terjalin. Pola komunikasi ini sekaligus sebagai suatu budaya perusahaan dan pola komunikasi dapat dibagi menjadi lima bagian, diantaranya:

1. Pola Komunikasi Roda: pola jenis ini berfokus pada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota kelompok organisasi. Pemimpin disini sebagai komunikator komunikannya adalah anggota-

anggota organisasi tersebut. Pola ini menegaskan bahwa pemimpin adalah sentralisasi informasi dalam sebuah perusahaan. Seorang pemimpin menurut Anita (2023:535) adalah sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator).

2. Pola Komunikasi Lingkaran: pola ini menerapkan setiap anggota dapat memulai inisiatif menjadi komunikator.
3. Pola Komunikasi Rantai: pola ini dimaksudkan bahwa komunikasi dilakukan oleh anggota kelompok perusahaan, namun hanya dapat menyampaikan pesan ke anggota disebelahnya, yang kemudian anggota disebelahnya menyampaikan pesan tersebut ke sebelahnya juga dan seterusnya.
4. Pola Komunikasi Y: pola ini menggambarkan bahwa tiga orang anggota kelompok dapat berkomunikasi satu sama lain, tetapi hanya dua orang yang hanya bisa melakukan organisasi dengan seorang di sebelahnya.
5. Pola Komunikasi Bintang: pola ini merupakan pola terbaik diantara pola komunikasi lainnya karena semua anggota dapat melakukan komunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Pola komunikasi bintang hampir mirip dengan pola komunikasi lingkaran, namun, perbedaannya terletak pada pola bintang adalah struktur atau alur komunikasi yang terjalin tidaklah harus melalui orang-orang tertentu, melainkan siapa saja dapat langsung berbicara dengan dan kepada siapa saja dalam jaringan, Soenar & Nurrahmawati (2021:100).



2.2.3.1. Struktural Organisasi dan Pola Komunikasi

Sebuah organisasi tentu memiliki struktur atau hierarki di dalamnya. Suranto (2018:32) menyebutkan bahwa struktural dimaksudkan agar proses komunikasi berada dalam koridor dan kesepakatan yang berlaku dan berfungsi sesuai dengan harapan, sebagai acuan dalam pengelolaan komunikasi organisasi dan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan atau petunjuk teknis komunikasi organisasi, dan menciptakan pengelolaan komunikasi organisasi secara efektif dan efisien sesuai dengan prinsip-prinsip tata komunikasi yang baik. Aktifitas komunikasi pada suatu organisasi dapat berjalan dengan optimal apabila struktural

organisasi yang jelas dan pola komunikasi yang tepat mampu diterapkan dalam organisasi.

2.2.3.2. Kultural Organisasi dan Pola Komunikasi

Budaya organisasi terbentuk oleh aktifitas individu-individu yang ada dalam organisasi. Budaya dalam organisasi dapat menentukan bagaimana pola komunikasi yang diterapkan pada organisasi tersebut. Morrisan (2020:163) berpendapat bahwa anggota menciptakan dan memelihara rasa bersama realitas organisasi; pentingnya manusia dalam organisasi, khususnya individu yang mencakup karyawan, penyelia, dan atasan dalam menciptakan dan mempertahankan realitas mereka. Pada korelasinya dengan perusahaan, budaya organisasi mampu membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pola komunikasi organisasi yang tepat dapat menciptakan kultural sehat dalam organisasi sehingga dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, memperkuat loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

2.2.4. Kinerja Karyawan

Tingkat pencapaian atau hasil kerja yang ditunjukkan oleh karyawan atau pegawai dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yang diberikan selaras dengan tujuan atau standar kerja yang perusahaan atau organisasi tetapkan. Sederhananya, kinerja karyawan mencerminkan seberapa baik karyawan tersebut bekerja, baik itu dari hasil atau jumlah (kuantitas), ketepatan atau keunggulan atau performa dari karyawan (kualitas), dan juga ketepatan waktu dan etiket disiplin serta tanggung jawab dalam bekerja (profesionalitas). Biasanya, kinerja karyawan diukur melalui indicator tertentu. Produktivitas, efisiensi, kepatuhan dalam melaksanakan prosedur kerja, dan kontribusi atau loyalitas kepada perusahaan, merupakan tolak ukur dari aspek-aspek penentu kinerja karyawan. Adapun, seperti yang dikutip oleh Novia dkk. (2021:2-3) pendapat-pendapat atau pengertian tentang kinerja karyawan dari para ahli adalah berikut:

- a. Moehleriono: berpendapat bahwa upaya dalam mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan

- tanggung jawab masing-masing individu, baik secara kualitatif maupun kuantitatif merupakan pengertian dari kinerja karyawan.
- b. Mc Cormick dan Tiffin: Waktu kerja yang merupakan jumlah absen, keterlambatan dan lamanya masa kerja serta waktu yang digunakan dalam menjalankan tugas juga kuantitas.
 - c. Edy Sutrisno: dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan organisasi maka aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja dan kerja sama adalah hasil kerja.

Dalam perusahaan, kinerja karyawan yang baik dan selaras, dapat membantu kesuksesan organisasi. Efisiensi, kepuasan konsumen, dan *profitability* perusahaan merupakan dampak atau aspek yang dapat berpengaruh oleh kinerja karyawan. Kinerja yang buruk dapat mempengaruhi penurunan produktivitas perusahaan, kinerja dalam divisi, maupun motivasi kerja dari karyawan itu sendiri.

Elemen-elemen utama yang terkait pada kinerja karyawan adalah berikut.

- 1. Produktivitas: hasil pekerjaan yang dapat diselesaikan dalam kurun waktu tertentu. Misalnya adalah berapa banyak produk yang dihasilkan atau konsumen yang dilayani.
- 2. Kualitas kerja: akurasi, ketelitian, dan kepuasan yang dihasilkan dari daya kerja karyawan. Cakupannya adalah soal bagaimana si karyawan bebas atau tidak pernah melakukan kesalahan atau memenuhi standar-standar tertentu yang ditetapkan perusahaan.
- 3. Efisiensi: kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya dengan cepat dan baik. Menghemat sumber daya minim, waktu, tenaga, dan biaya.
- 4. Inisiatif: tingkat inisiasi tinggi dari seorang karyawan dalam mencari solusi, membantu rekan kerja yang lain, mengambil pekerjaan tambahan di luar pekerjaan utamanya, ataupun juga mampu bekerja dengan alur kerja yang benar tanpa harus diarahkan.

5. Kepatuhan terhadap aturan: dapat dilihat dari disiplin atau tidaknya seorang karyawan mematuhi aturan-aturan yang berlaku dalam suatu perusahaan. Seperti jadwal kerja, kode etik, ataupun aturan internal dalam suatu perusahaan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan umumnya variatif, tergantung dari konteks pekerjaan, internal atau eksternal situasi, maupun dari karyawan itu sendiri. Puput dkk. (2021:149) mengutip beberapa faktor yang memengaruhi kinerja,

- a. Mangkunegara: faktor kemampuan dan faktor motivasi. Faktor kemampuan adalah faktor yang terdiri atas kemampuan potensial dan pengetahuan, yang memiliki IQ diatas rata-rata dengan pendidikan yang menunjangnya. Sedangkan, faktor motivasi adalah kondisi menggerakan diri pegawai yang terarah dalam pencapaian tujuan organisasi.
- b. Robins dan Judge: kinerja dipengaruhi oleh kinerja tugas, kewargaan, dan kontra produktivitas.

Berdasarkan pendapat tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan, penulis kemudian menyimpulkan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan adalah berikut.

1. Motivasi: karyawan cenderung bekerja lebih baik jika termotivasi. Motivasi bisa berasal dari penghargaan (gaji, bonus, promosi karir), validitas, atau selarasnya tujuan pribadi karyawan dengan perusahaan.
2. Lingkungan kerja: situasi dan kondisi di dalam pekerjaan, seperti suasana dalam kantor, suhu ruangan, dan pencahayaan, dan juga budaya kerja seperti dukungan tim, komunikasi yang baik juga dapat mempengaruhi produktifitas dan kenyamanan karyawan.
3. Keterampilan dan kompetensi: tingkat keahlian, pelatihan kerja sebelumnya, dan pengetahuan karyawan dapat membantu karyawan dalam menentukan hasil kerjanya. Minimnya ketiga aspek diatas dapat menurunkan hasil atau kinerja seorang karyawan.

4. Kepemimpinan: gaya manajemen dan kemampuan pemimpin dalam memberikan arahan, dukungan, serta apresiasi terhadap bawahan juga dapat mempengaruhi kinerja karyawan.
5. Fasilitas dan alat kerja: sumber daya yang memadai dalam perusahaan dapat membantu memudahkan karyawan dalam bekerja, sebaliknya, sumber daya yang tidak memadai dapat menyebabkan berkurangnya efisiensi dan produktifitas dalam bekerja.
6. Keseimbangan dalam kehidupan bekerja: rasa lelah, stress, atau tidak seimbangnya pekerjaan dengan kehidupan pribadi dapat menurunkan motivasi karyawan.
7. Kompensasi dan insentif: gaji yang diterima juga dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih giat.
8. Kesehatan fisik dan mental: karyawan cenderung produktif jika kesehatan fisik dan mentalnya stabil.
9. Tujuan dan kejelasan struktur: saat karyawan memahami ekspektasi dan tujuan pekerjaan mereka, kemungkinan mereka akan bekerja dengan efektif.
10. Hubungan antar karyawan: kesolidan yang baik serta positif antara rekan kerja dapat meningkatkan semangat dan kinerja dalam tim.

2.2.5. Kerja Sama Tim

Dalam suatu perusahaan, terdapat struktur yang membagikan divisi-divisi di dalamnya. Kesatuan divisi dalam suatu perusahaan dapat disebut juga dengan tim. Niken dan Cecep (2023:2269) menjelaskan bahwa perusahaan memilih berbagai SDM yang biasanya diklasifikasikan ke dalam divisi sesuai dengan *jobdescnya*, divisi-divisi yang ada dalam perusahaan diantaranya adalah divisi keuangan, divisi operasional, divisi pemasaran, divisi IT, dan divisi SDM. Kerja sama tim adalah kerja sama diantara para anggota dalam sebuah tim, sedangkan kerja sama divisi adalah kerja sama antar divisi dalam perusahaan yang terkait dengan aktifitas atau kegiatan perusahaan.

Kerja sama tim adalah kemampuan sekumpulan karyawan untuk membentuk hubungan yang harmonis dan serasi dalam suatu divisi dengan tujuan akhir yaitu tercapainya tujuan perusahaan. Dalam kerja sama tim, melibatkan komunikasi organisasi yang efektif, pembagian peran kerja yang tepat, dan penyelesaian masalah yang terstruktur. Hasil ukur kinerja tim, diukur secara kolektif atau bersama, bukan dari individu. Kinerja karyawan yang baik dapat membantu menyokong terciptanya kerja sama tim yang kompeten melalui inisiatif, inovatif, dan ketepatan dalam bekerja. Namun, sebaliknya, jika kinerja karyawan buruk, hal ini mungkin akan berdampak pada kerja sama tim. Kurangnya kolaborasi dan keterlambatan dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai peran dapat menghambat kerja sama tim dalam perusahaan, dan kemudian berdampak pada suatu perusahaan. Dibawah ini merupakan faktor-faktor penghubung antara kerja sama tim dan kinerja karyawan.

1. Komunikasi: Karyawan yang berkomunikasi baik mendukung kerja sama tim, sementara tim yang komunikatif membantu karyawan memahami ekspektasi dan peran mereka.
2. Kepemimpinan: Pemimpin yang efektif menyeimbangkan pengelolaan kinerja individu dan kerja sama tim.
3. Tujuan Bersama: Saat dimana karyawan dan tim mempunyai visi yang selaras, kinerja dari karyawan itu sendiri akan mendukung hasil bersama.
4. Budaya Kerja: Budaya yang positif dapat mendorong hasil kinerja tim dan individu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kontstruktivisme. Konstruktivisme menurut Mulyadi (2022:176) adalah sebuah filosofi pembelajaran yang dilandasi premis bahwa dengan merefleksikan pengalaman, kita membangun, mengkontruksi pengetahuan pemahaman kita tentang dunia tempat kita hidup. Paradigma konstruktivis sendiri beranggapan bahwa pengetahuan dan realitas dibentuk oleh proses konstruksi sosial, tidak bersifat objektif. Realitas sendiri tidak dapat muncul secara penuh, melainkan harus disaring atau dipilah sendiri dengan cara melihat dan mengamati sesuatu.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dapat membantu memahami kompleksitas sosial terhadap objek yang sedang diteliti. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif ialah mencari suatu fenomena dalam suatu kategori, kemudian meneliti fenomena tersebut dengan cara data yang ditemukan di lapangan, Syafrida Hafni Sahir (2022:9). Selain dapat mengembangkan teori dan konsep baru, metode deskriptif kualitatif dapat membantu meningkatkan *awareness* penulis terhadap isu sosial, pengambilan keputusan penulis, dan juga mengembangkan atau merancang strategi untuk perubahan sosial ke arah lebih baik dari yang telah ada. Maka, fokus dari metode penelitian deskriptif kualitatif adalah bagaimana kedalaman atau kualitas data, bukan dari jumlah data.

3.3. Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data utama dari penelitian yang sedang berlangsung. Rifa'I (2021;58), menyatakan subjek penelitian adalah sumber yang menjadi tempat akan diperoleh data. Subjek penelitian diperlukan penulis dalam menjawab pertanyaan pada penilitian. Agar ada validasi dan keakuratan data,

penulis memilih informasi dari informan yang kompeten dan memenuhi data. Adapun subjek-subjek dari penelitian ini adalah:

1. HRD, Regita Karlina.
2. Admin Divisi *Warehouse*, Putri Regista.
3. Staff *Warehouse*, (2) Bayu Bimansyah dan Adriansyah Anshorry.

3.3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus atau sasaran dari penelitian itu sendiri. Adapun, dinyatakan oleh Rifa'i (2021:55) bahwa objek penelitian atau disebut juga variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti. Pada penelitian kali ini, objek penelitian itu sendiri adalah pola komunikasi dari divisi *warehouse* dari PT. Maharaja Pusaka Nusantara. Penulis mengamati secara mendalam aktifitas dari karyawan atau *staff warehouse* PT. Maharaja Pusaka Nusantara.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan guna mencari dan mengumpulkan data yang dibutuhkan selama proses penelitian. Proses ini termasuk penting karena mempengaruhi proses analisis yang nantinya akan mengarah pada kesimpulan atau inti utama dari penelitian. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data yang *solid*, relevan, dan dapat digunakan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada penelitian.

Data dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari suatu subjek dan objek yang sedang diteliti. Hal tersebut dapat dilakukan dalam bentuk wawancara, observasi, studi kasus, analisis dokumen, observasi partisipatif, etnografi, kelompok diskusi, dan lainnya. Pada penelitian ini penulis melakukan observasi partisipatif dan wawancara. Sedangkan untuk wawancara, penulis melakukan hal ini dari tiga pihak yang ada dalam PT. Maharaja Pusaka Nusantara, yaitu HRD, kepala divisi *warehouse*, dan *staff warehouse*.

Pengertian dari observasi partisipatif dan wawancara yang peneliti gunakan pada penelitian kali ini adalah berikut:

1. Observasi partisipatif: penulis terlibat langsung pada penelitian yang sedang diteliti. Pada penelitian, penulis secara langsung dapat melihat, memahami, kemudian juga berpartisipasi pada aktivitas subjek, dan kemudian observasi partisipatif dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data melalui peneliti yang berperan aktif juga seperti subjek yang sedang diteliti.
2. Wawancara: menurut Tamaulina dkk., (2024) wawancara dapat diartikan sebagai bentuk interaksi verbal yang terstruktur dan memiliki tujuan yang spesifik. Pada penelitian ini, wawancara adalah teknik pengumpulan data yang penting untuk digunakan dalam mengetahui sudut pandang terkait permasalahan atau realitas dari sisi subjek penelitian.

3.5. Teknik Analisis Data

Proses ini berlangsung olah data penelitian agar dapat dipahami dan diinterpretasikan setelah data terkumpul. Saptoto dkk. (2020:27) menyatakan bahwa pengumpulan data dan kegiatan analisis data terjadi secara serempak atau secara simultan. Penulis membutuhkan analisis data guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama proses pengumpulan data. Analisis data bertujuan untuk menjelaskan data yang diperoleh dan pada akhirnya mengarah pada kesimpulan. Analisis data pada penelitian kali ini adalah wawancara mendalam (*depth*), dan partisipasi *observative*.

Data yang terkumpul pada penelitian, penulis olah sekaligus juga penulis analisis dalam bentuk uraian-uraian pembahasan yang kemudian penulis bagi menjadi beberapa subbab, agar sesuai pada teori yang digunakan, serta kenyataan dan data yang penulis temukan melalui observasi langsung dan jawaban pada wawancara oleh narasumber-narasumber penelitian. Hasil wawancara dengan narasumber kemudian penulis klasifikasikan dengan memberikan kode pada narasumber sebagai berikut:

1. Regita Karlina sebagai N1.
2. Putri Regista sebagai N2.

3. Bayu Bimansyah sebagai N3.
4. Adriansyah Anshorry sebagai N4.

3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penulis melakukan penelitian yang sedang berlangsung. Hardani dkk. (2020:273) menyatakan bahwa lokasi dipilih didasari keunikan, kemenarikan, serta kesesuaian dengan permasalahan yang sedang dikaji. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT. Maharaja Pusaka Nusantara yang berlokasi di Pergudangan Bandara Mas, Blok B4.1, Neglasari, Tangerang. Waktu penelitian ini dilaksanakan sejak Maret hingga Juni 2025.

