

**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PADA PT. GUNUNG
BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU) DALAM
MEMBENTUK BUDAYA PERUSAHAAN**

SKRIPSI

Oleh:

MARHOTLEN MARBUN

188530021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/12/22

Access From (repository.uma.ac.id)29/12/22

**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PADA PT. GUNUNG BANGAU
(KEBUN GUNUNG BANGAU) DALAM MEMBENTUK BUDAYA
PERUSAHAAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Oleh:

MARHOTLEN MARBUN

188530021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/12/22

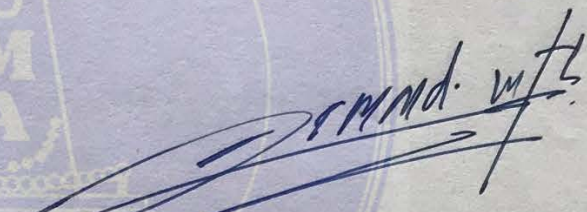
Access From (repository.uma.ac.id)29/12/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Organisasi Pada PT. Gunung Bangau
(Kebun Gunung Bangau) Dalam Membentuk Budaya
Perusahaan
Nama : Marhotlen Marbun
NPM : 188530021
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Dedi Sahputra, MA
Pembimbing I


Armansyah Matondang, S.Sos, M.Si
Pembimbing II




Dr. Elnati Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc
Ka. Prodi/WD I

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 September 2022



Marhotlen Marbun
(188530021)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

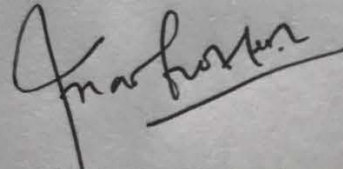
Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marhotlen Marbun
NPM : 188530021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pola Komunikasi Organisasi Pada PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau) Dalam Membentuk Budaya Perusahaan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

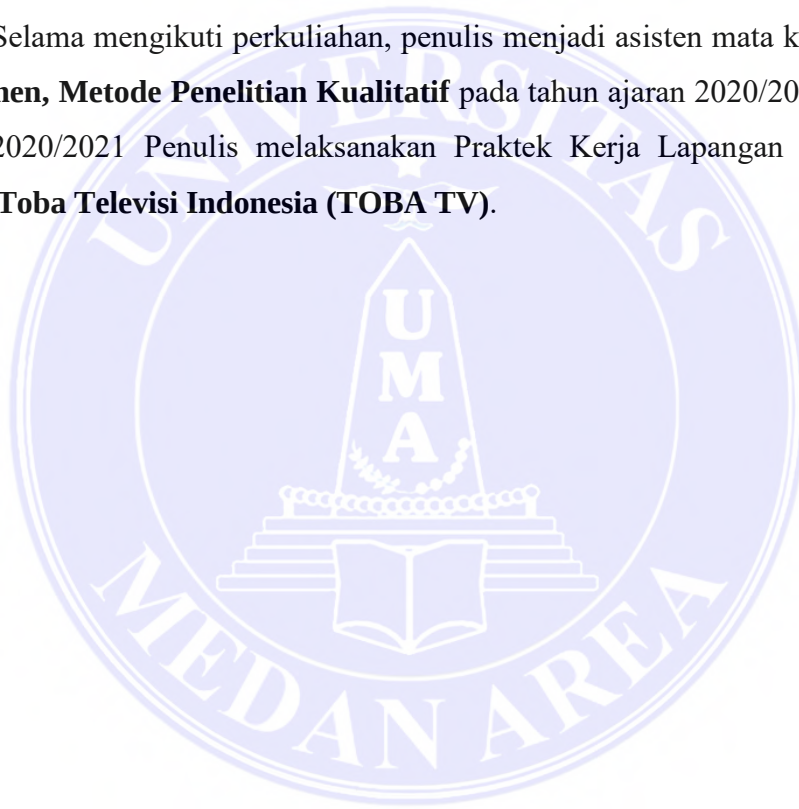
Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 16 September 2022
Yang menyatakan


(Marhotlen Marbun)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di labuhan Batu Selatan, Pada tanggal 17 Maret 2000 dari ayah Marhayen Marbun dan ibu Hota Rully Silitonga. Penulis merupakan putra ke 3 dari 6 bersaudara. Tahun 2018 Penulis lulus dari SMU dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis menjadi asisten mata kuliah **Perilaku Konsumen, Metode Penelitian Kualitatif** pada tahun ajaran 2020/2021. Pada tahun ajaran 2020/2021 Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di **PT. Serena Toba Televisi Indonesia (TOBA TV)**.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Tuhan Yesus Kristus. Limpahan kasih dan sayangMu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Dalam nama Tuhan Yesus Kristus, Skripsi Sarjana ku ini Kupersembahkan untuk yang terkasih yaitu Papa (Marhayan Marbun) dan Mama (Hota Rully Silitonga), Abang, Kakak, Adikku yang terkasih sekaligus menjadi Harta Sejatiku yang selalu menjaga, membimbing dan megajariku hingga saat ini, karena Kasihnya kepadaku tidak pernah berhenti Selamanya, Terima Kasih Papa Mama.

Amsal 16:3

(Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala rencanamu.)

Amsal 11:25

(Siapa banyak memberi berkat, diberi kelimpahan.)

ABSTRAK

Pola komunikasi organisasi yang terjadi di dalam perusahaan merupakan suatu hal yang sangat kompleks, dan semua perusahaan manapun juga menerapkan pola komunikasi organisasi di dalamnya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi Pada PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau) Dalam Membentuk Budaya Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi dalam membentuk budaya Perusahaan pada PT. Gunung Bangau dan peran perusahaan terhadap pola komunikasi yang membentuk budaya perusahaan di PT. Gunung Bangau. Penelitian ini menggunakan pendekatan Metode Penelitian Kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah: Observasi dan Wawancara terhadap sejumlah informan serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam suatu penelitian yang dilakukan, yaitu dengan menggunakan Teknik Analisa Interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang ada di dalam PT. Gunung Bangau yaitu Pola komunikasi *All Channel* (Semua Saluran), dimana peneliti mendapati, bahwa semua anggota karyawan dapat berkomunikasi dengan sesamanya tanpa dibatasi oleh struktur organisasi yang ada didalamnya (egaliter), pada saat *meeting internal* perusahaan, mengadakan apel pagi, pelatihan terhadap para pekerja. Peneliti mendapati bahwa adanya peran pola komunikasi organisasi di PT. Gunung Bangau yaitu: (1). Sebagai Identitas Perusahaan, (2) Sebagai Penyelesaian Konflik, (3) Sebagai Keselamatan Kerja, (4) Sebagai Komitmen Perusahaan, (5) Sebagai Motivasi Kerja.

Kata Kunci : *Pola Komunikasi, Organisasi, Budaya Perusahaan*

ABSTRACT

The pattern of organizational communication that occurs within the company is a very complex matter, and all companies also apply organizational communication patterns in it. The research conducted by researchers with the title "Organizational Communication Patterns at PT. Gunung Bangau (Gunung Bangau Gardens) in Forming Corporate Culture". This study aims to determine how the pattern of organizational communication in shaping corporate culture at PT. Gunung Bangau and the company's role in communication patterns that shape the corporate culture at PT. Gunung Bangau. This study uses a qualitative research method approach. The data collection techniques carried out by researchers are: Observation and Interview of informants and documentation. Data analysis techniques used by researchers in a research conducted, namely by using Interactive Analysis Techniques. The results of the study indicate that the communication patterns that exist in PT. Gunung Bangau is an All Channel communication pattern, where researchers found that all employee members can communicate with each other without being limited by the organizational structure in which (egalitarian), during internal company meetings, holding morning apples, training workers. The researcher found that the role of organizational communication patterns in PT. Gunung Bangau, namely: (1). As Company Identity, (2) As Conflict Resolution, (3) As Work Safety, (4) As Company Commitment, (5) As Work Motivation.

Keywords: *Communication Pattern, Organization, Corporate Culture*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya dan BerkatNya yang baru setiap hari, sehingga skripsi saya ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah dengan judul Pola Komunikasi Organisasi Pada PT. Gunung Bangau dalam Membentuk Budaya Perusahaan, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi saya, dan juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Penulis sangat menyadari, bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan pada skripsi saya. Penulis juga menyadari, bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar, tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Spesial kepada Orang Tua Penulis tercinta yaitu Ayah (Marhayan Marbun) dan Mama (Hota Rully Silitonga) sebagai orang tua yang baik dan mengajarkan penulis untuk selalu megasihi sesama, saling menguatkan, semangat, dan mendukung penulis.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, Selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan. M.Si selaku Dekan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area
4. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si, Selaku Wakil Dekan 1 pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area
5. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Bapak Dr. Dedi Sahputra, MA, dan Bapak Armansyah Matondang, selaku Pembimbing 1 dan Pembimbing 2, yang selama ini memberikan

bantuan, masukkan, nasihat dan memberikan semangat yang baru setiap hari

7. Bapak T.P. Ambarita, S.P, Dahlan. H. Harahap, dan Ibu Sumarni dan instansi tempat penelitian penulis yang telah menjadi informan dalam penelitian skripsi, sehingga penelitian saya dapat terselesaikan secara baik.
8. Bapak Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku sekretaris penulis yang memberikan masukkan, semangat dan menjadi teman curhat dalam penyelesaian skripsi
9. Terima Kasih kepada Kakak Nurhazizi Mawaddah, S.Kom dan Abang Ricky selaku IT *Support* Program Studi Ilmu Komunikasi dan Kepala Sub Bagian Akademik, yang telah membantu penulis dalam pengurusan keperluan administrasi dalam penyusunan ini.
10. Terima Kasih kepada orang Ter-spesial dan tercinta, yaitu: Fransena Viktor Marudut Marbun, Lestari Marbun, Novita Sari Marbun, Dikki Adi Sandi Marbun, David Sugandi Marbun, sebagai Abang, Kakak, Adik penulis yang baik dan setia menjadi teman *support* bagi penulis, dan menjadi sahabat dalam keluarga yang kompak.
11. Kepada Sahabat Rumah Mungil; Windy Kristina Situmeang (Manjalita), Mega Simanjuntak (Min), Kak Cici sebagai sahabat yang baik, sebagai tempat bercerita, berkeluh kesah, memberikan dukungan bagi penulis, dan tiada berhenti memberikan semangat dan menjadi saluran berkat yang baru setiap hari.
12. Seluruh Teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, saya ucapkan Terima Kasih banyak, sehingga skripsi saya bisa berjalan dengan baik.

Di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan juga kekurangan di dalamnya, maka dari itu kritikan dan juga saran yang membangun dapat menjadi masukkan bagi penulis, agar bisa membangun dan

menyempurnakan sebuah karya skripsi ini, serta tentunya dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

Penulis,

16 September 2022

(Marhotlen Marbun)

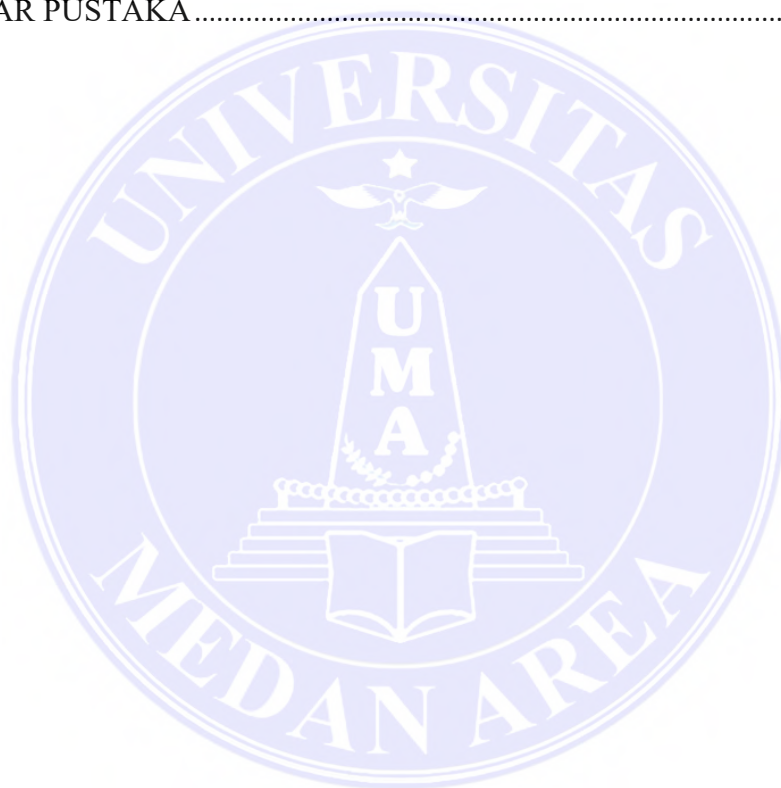


DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. FOKUS PENELITIAN	5
C. RUMUSAN MASALAH.....	5
D. TUJUAN PENELITIAN	6
E. MANFAAT PENELITIAN	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. KOMUNIKASI ORGANISASI	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	9
B. POLA KOMUNIKASI	10
2.2.1 Pengertian Pola	10
2.2.2 Pengertian Pola Komunikasi.....	11
2.2.3 Jenis-Jenis Pola Komunikasi	11
2.2.4 Bentuk-Bentuk Pola Komunikasi	14
C. BUDAYA ORGANISASI	19
2.3.1 Pengertian Budaya	19
2.3.2 Budaya Organisasi	19
2.3.3 Fungsi Budaya Organisasi	22
2.3.4 Unsur-Unsur Budaya Organisasi	22
2.3.5 Faktor-Faktor yang Membentuk Budaya Organisasi.....	23
D. PENELITIAN RELEVAN	23
E. KERANGKA BERPIKIR	26
 BAB III METODE PENELITIAN	29
A. METODE PENELITIAN	29
B. SUMBER DATA PENELITIAN	31
C. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	32

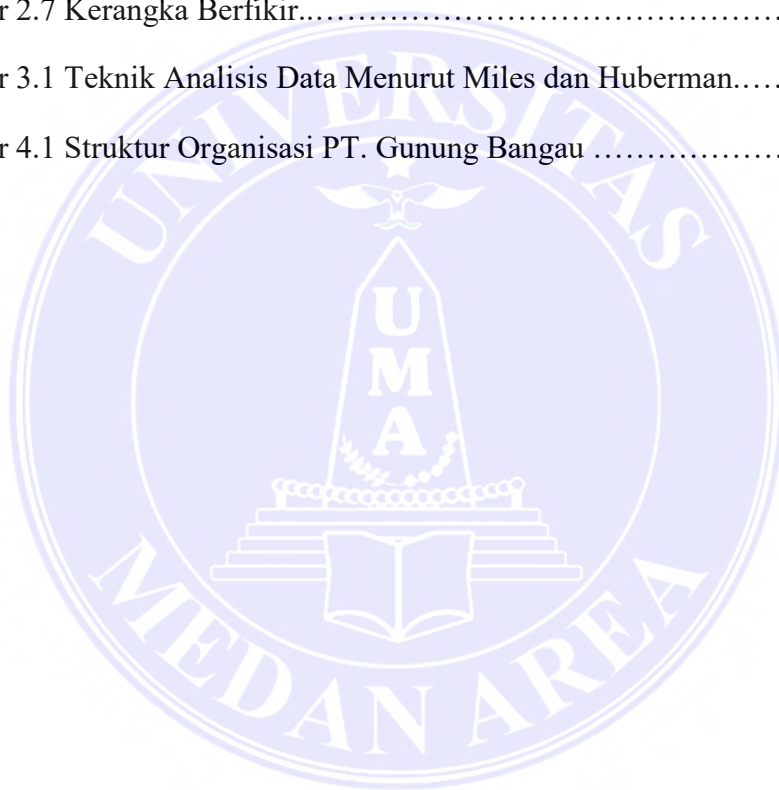
3.3.1 Waktu.....	32
3.3.2 Tempat Penelitian	32
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	33
3.4.1 Observasi	33
3.4.2 Wawancara.....	33
3.4.3 Dokumentasi	34
3.4.4 Bahan dan Alat.....	34
E. TEKNIK ANALISA DATA	34
3.5.1 Reduksi Data.....	35
3.5.2 Penyajian Data	36
3.5.3 Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan	36
F. PROSEDUR KERJA	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. PT. GUNUNG BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU)	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau)	39
4.1.2 Visi dan Misi PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau)	41
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.1.4 Sarana Dan Prasarana	45
B. POLA KOMUNIKASI PT. GUNUNG BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU).....	45
4.2.1 Komunikasi Atasan dengan Bawahan	51
4.2.2 Komunikasi Bawahan dengan Atasan	52
4.2.3 Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi di PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau).....	53
C. BUDAYA ORGANISASI PADA PT. GUNUNG BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU).....	55
4.3.1 Budaya Internal Perusahaan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau).....	57
4.3.2 Budaya Eksternal Perusahaan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau).....	60
D. PERAN DAN PENERAPAN BUDAYA PERUSAHAAN PADA PT. GUNUNG BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU).....	64

4.4.1 Peran Budaya Organisasi Pada PT. Gunung Banagu (Kebun Gunung Bangau).....	64
4.4.2 Penerapan Budaya Organisasi PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau).....	68
E. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. KESIMPULAN	75
B. SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Aristoteles	11
Gambar 2.2. Jaringan Pola Komunikasi Rantai	13
Gambar 2.3 Jaringan Pola Komunikasi Y.....	13
Gambar 2.4 Jaringan Pola Komunikasi Lingkaran	14
Gambar 2.5 Jaringan Pola Komunikasi Roda.....	15
Gambar 2.6 Jaringan Pola Komunikasi Semua Saluran	16
Gambar 2.7 Kerangka Berfikir.....	24
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Menurut Miles dan Huberman.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Gunung Bangau	39



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	21
Tabel 4.1 Data Informan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau)	42
Tabel 4.2 Peran Perusahaan dalam Penyelesaian Konflik	59
Tabel 4.3 Bentuk Motivasi yang Diberikan Perusahaan	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia atau masyarakat untuk memenuhi segala bentuk kegiatan-kegiatan bermasyarakat baik antar individu maupun kelompok. Sebagai makhluk sosial, manusia wajib selalu berhubungan dengan individu atau kelompok lain, hubungan ini memerlukan adanya interaksi untuk menyampaikan atau menerima suatu informasi guna memenuhi kebutuhan hidup agar komunikasi yang di sampaikan tersampaikan dengan jelas dan mudah di pahami oleh penerima pesan tersebut.

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting sekali di dalam kehidupan manusia sekarang ini, yaitu sebagai sarana interaksi dan menyampaikan informasi, terjalinnya hubungan komunikasi antara orang lain. Sejak dulu orang-orang atau masyarakat sudah mengenal yang nama nya Komunikasi untuk keperluan berinteraksi sesama Individu atau pun berkelompok. Komunikasi menjadi yang sangat penting bagi diri pribadi seseorang untuk menyampaikan pesan, meluangkan ide-ide, Pikiran, Perasaan atau Curhatan dan juga sebagai alat untuk menyelesaikan masalah yang sedang di hadapi oleh pribadi masing-masing individu seseorang.

Komunikasi berperan dalam segala aspek-aspek kehidupan seseorang, Kelompok ataupun Organisasi, mempengaruhi sendi-sendi kehidupan bermasyarakat serta bagian hal-hal yang terkecil pun komunikasi juga sangat di perlukan, Khusus nya di dalam Komunikasi Organisasi. Pada komunikasi organisasi biasanya komunikasi nya lebih terorganisir dan juga lebih teratur dalam berkomunikasi, sehingga penyampaian suatu pesan melalui komunikasi lebih teratur, dan alur komunikasi menjadi lebih sempurna. Komunikasi tidak hanya saja dikenal di dunia Public Relation, Jurnalistik, Broadcasting saja dan ilmu nya tidak sampai disitu saja, melainkan Komunikasi dikenal di dunia bisnis terkhususnya di Perusahaan, Perusahaan juga memiliki komunikasi dan juga di perlukan adanya komunikasi

sehingga kinerja dalam suatu perusahaan tersebut akan menjadi baik dan berdampak positif bagi keberlangsungan perusahaan tersebut. Dan di hampir di semua perusahaan pasti terjalin hubungan komunikasi yang baik di sadari maupun tanpa di sadari oleh perusahaan tersebut dan semua perusahaan pasti memerlukan komunikasi.

Di dalam suatu organisasi sangat jelas dibutuhkan yang nama nya komunikasi baik itu antara individu dan juga organisasi dengan organisasi lainnya sehingga tercipta hubungan antara organisasi tersebut. Ketika komunikasi baik di lakukan dalam suatu organisasi maka kinerja dalam suatu organisasi atau perusahaan juga akan berdampak baik bagi perusahaan tersebut dan sangat mempengaruhi sistem kinerja perusahaan. Pada era zaman sekarang ini teknologi semakin canggih dan persaingan teknologi semakin banyak dan banyak perusahaan yang beralih ke era digital teknologi. Teknologi mempermudah kinerja dalam suatu perusahaan dan melakukan kegiatan internal maupun eksternal perusahaan tersebut, mempermudah mengakses kerja sama dalam perusahaan membuat kemajuan perusahaan tersebut semakin tinggi. Adapun persaingan dalam perusahaan yang sangat ketat membuat perusahaan mengambil langkah strategi yang tepat untuk di lakukan untuk tetap bisa bersaing, bertahan, dan tidak ketinggalan daya saing tersebut, maka diperlukan komunikasi yang baik dan tepat, komunikasi yang baik membuat kinerja sebuah perusahaan menjadi baik dan sempurna, maka pelaku bisnis juga harus bisa menerapkan komunikasi yang baik, karena komunikasi merupakan koneksi yang menghubungkan perusahaan satu dengan perusahaan yang lain, sehingga terciptalah Mitra kerja atau Kerja sama yang baik, sehingga menimbulkan citra yang positif bagi perusahaan, buka hanya perusahaan dengan perusahaan saja, melainkan perusahaan dengan pemerintah atau bisa juga dengan masyarakat untuk mendukung, menjaga, dan menciptakan citra yang positif bagi perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan yang sangat besar pasti memiliki karyawan yang cukup banyak, bukan hanya itu aja pihak yang lain juga ikut dalam mendukung usahanya tersebut. Banyak sekali karyawan dan stakeholder yang menuntut perusahaan untuk memiliki tatanan pedoman atau pola komunikasi yang sangat jelas. Karena semakin

banyak karyawan maka akan semakin banyak karyawan yang memungkinkan banyak pendapat. Seperti halnya yang terjadi di PT. Gunung Bangau yang merupakan sebuah perusahaan di bidang perkebunan dan perusahaan ini cukup besar di bidangnya yang memiliki banyak cabang Perusahaan. Tidak jarang mengalami masalah dalam komunikasi yang ada di perusahaannya, Berbagai macam karakter karyawan yang ada menjadikan permasalahan komunikasi yang terjadi sangat kompleks.

Salah satu masalah dalam komunikasi organisasi yang ada di PT. Gunung Bangau yaitu menyampaikan budaya Perusahaan. Budaya perusahaan yaitu sesuatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menggambarkan sikap dan nilai-nilai organisasi sebagaimana karyawan berperilaku di dalamnya. Misalnya, budaya perusahaan dapat dilihat dari aturan berpakaian organisasi atau apakah hubungan antara manajemen dan tim mereka bersifat kasual atau formal. Maka dalam sistem kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari cara mereka berkomunikasi, bagaimana mereka menyampaikan pesan yang baik dan benar, dan juga bagaimana pola komunikasi dalam suatu perusahaan itu sendiri. Adapun komunikasi yang bisa membangun citra positif bagi khalayak publik tidak terlepas dari budaya perusahaan yang di pakai atau di lakukan oleh perusahaan atau organisasi tersebut, dan setiap perusahaan yang satu dengan yang lainnya pasti memiliki budaya perusahaan yang berbeda dan tidak semua sama.

Penyampaian budaya perusahaan kepada karyawan merupakan salah satu aktivitas atau kegiatan komunikasi. Berhasil atau tidaknya suatu penyampaian komunikasi ialah apabila kita mengetahui dan mempelajari unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi. Jika suatu perusahaan ingin mencapai efektivitas komunikasi di dalam pembentukan budaya perusahaan maka perusahaan harus memiliki pola komunikasi organisasi yang tepat dan benar. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan PT. Gunung Bangau, perusahaan ini berkembang cukup baik dan menghasilkan daya saing yang kuat, meskipun beberapa kali perusahaan ini mengalami pasang surut tetapi tidak menghalangi perusahaan ini untuk bisa terus menghasilkan produk minyak kelapa sawit yang baik dan unggul. Dalam perusahaan

ini sangat lah terbuka dalam hal berkomunikasi, berita perusahaan, dan juga dalam hal CSR (*Corporate Social Responsibility*), Hubungan eksternal dan internal perusahaan pun sangat diperlukan dalam meningkatkan koneksi atau kinerja dalam suatu perusahaan yang benar-benar ingin dituju. Hubungan internal menjadi salah satu aspek yang sangat penting atas proses komunikasi di dalam organisasi. Hubungan yang harmonis yang tercipta di dalam organisasi menjadi penentu efektivitas dari proses komunikasi organisasi di dalam organisasi tersebut. Hubungan internal terjadi antara publik yang menjadi bagian dari organisasi itu sendiri. Banyak hal-hal pembelajaran yang bisa di ambil dari perusahaan ini yaitu sistem kepemimpinan, management dan yang terutama yaitu Pola Komunikasi yang terjalin di perusahaan ini. Meskipun perusahaan tersebut tujuannya memproduksi Minyak kelapa sawit yang baik, namun hal-hal yang harus diperhatikan dalam kinerja perusahaan dimulai dari pola komunikasi seperti apa yang sesuai dengan karakter karyawannya yang efektif dan mampu untuk mencapai tujuan terbentuk nya budaya perusahaan. Menurut observasi sementara peneliti dan juga pihak karyawan, komunikasi yang dilakukan oleh PT. Gunung Bangau cukup baik dilakukan dalam perusahaan tersebut, misalnya pelayanan tamu yang akan datang, penyampaian percakapan yang cuku baik, dan ramah. Tetapi peneliti tidak mengetahui apakah didalam internal perusahaan tersebut terdapat masalah-masalah dalam hal berkomunikasi, apakah jaringan komunikasi yang diterapkan sudah baik atau sebaliknya, maka peneliti perlu untuk terjun kelapangan untuk melakukan observasi lebih lanjut mengenai pola komunikasi yang terhalin hubungan nya antara atasan dengan bawahan atau karyawan tersebut.

Maka dengan adanya permasalahan dan evaluasi komunikasi maka Pola Komunikasi yang ada juga berkembang sehingga pola komunikasi yang tercipta bisa menjadi suatu budaya perusahaan. Peran komunikasi juga sangat baik dalam membentuk budaya suatu perusahaan terutama pada perusahaan pada PT. Gunung Bangau agar terciptanya tatanan penyampaian komunikasi atau informasi yang sangat efisiensi.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di jelaskan tersebut, maka dapat dilihat bahwa pola komunikasi organisasi merupakan suatu aspek yang sangat penting dan harus di perhatikan oleh perusahaan, agar dapat mempertahankan kinerja karyawan dan anggota organisasi dengan cara menanamkan pemahaman dan pengetahuan tentang budaya perusahaan.

B. FOKUS PENELITIAN

Penelitian ini berjudul “POLA KOMUNIKASI PADA PT. GUNUNG BANGAU (KEBUN GUNUNG BANGAU) DALAM MEMBENTUK BUDAYA PERUSAHAAN”. Penelitian ini adalah jenis penelitian dengan pendekatan metode penelitian kualitatif, maka penelitian ini memfokuskan kepada pola komunikasi organisasi didalam suatu perusahaan yang membentuk budaya perusahaan tersebut. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka dapat dideskripsikan substansi permasalahan dan substansi pendekatan penelitian ini, dibatasi pada pola komunikasi organisasi yang membentuk budaya suatu perusahaan. Pada penelitian ini memfokuskan, pola komunikasi apa yang diterapkan didalam perusahaan PT. Gunung Bangau tersebut, serta penerapan budaya yang seperti apa yang dilakukan oleh perusahaan PT. Gunung Bangau.

C. RUMUSAN MASALAH

Dilihat dari adanya latar belakang penelitian yang ada maka dapat dirumuskan permasalahan

1. Bagaimana pola komunikasi organisasi dalam membentuk budaya perusahaan pada di PT. Gunung Bangau?
2. Bagaimana peran perusahaan terhadap pola komunikasi organisasi yang membentuk budaya perusahaan yang ada di PT. Gunung Bangau?”

D. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi dalam membentuk budaya perusahaan pada PT. Gunung Bangau.
2. Untuk mengetahui peran perusahaan terhadap pola komunikasi yang membentuk budaya perusahaan di PT. Gunung Bangau.

E. MANFAAT PENELITIAN

- **Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan langsung dengan perusahaan yang sedang berkembang saat ini.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi untuk perusahaan meningkatkan kinerja dalam perusahaan atau organisasi supaya komunikasi berjalan dengan baik dan efektif.
3. Penelitian ini bisa menjadi bahan kajian bagi peneliti-peneliti lainnya termasuk perguruan tinggi, lembaga pendidikan atau perusahaan, dan lembaga swadaya masyarakat untuk memahami betapa pentingnya peran komunikasi dalam perusahaan dalam membentuk budaya perusahaan atau organisasi.

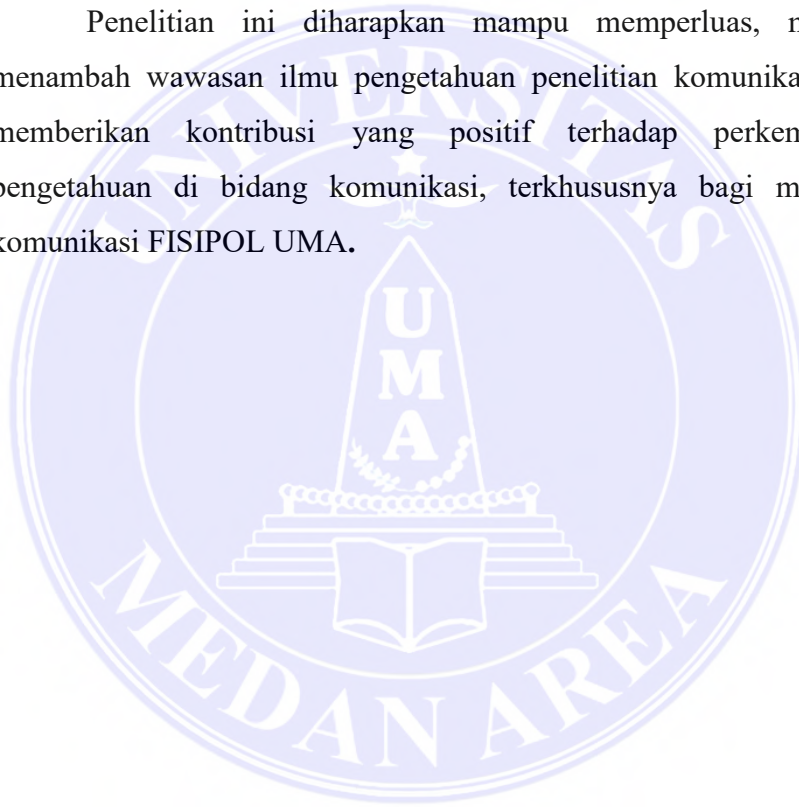
- **Manfaat Praktis**

- Manfaat praktis bagi peneliti, yaitu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam penerapan pengetahuan terhadap masalah yang dihadapi secara nyata khususnya di bidang komunikasi.
- Manfaat praktis bagi mahasiswa, yaitu diharapkan adanya hasil penelitian bisa menjadi masukan yang berharga Mahasiswa dalam bidang komunikasi, dan

menjadi referensi agar mahasiswa bisa paham tentang pola komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan

- Manfaat praktis bagi perusahaan, yaitu sebagai pedoman untuk meningkatkan kesejahteraan dan menata pola komunikasi yang baik dan efektif, sehingga berguna untuk kemajuan perusahaan tersebut
- **Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas, mengasah atau menambah wawasan ilmu pengetahuan penelitian komunikasi dan mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, terkhususnya bagi mahasiswa ilmu komunikasi FISIPOL UMA.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KOMUNIKASI ORGANISASI

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mendapatkan informasi tertentu. Komunikasi bisa juga diartikan sebagai alat penghubung antara manusia dengan manusia yang lainnya. Komunikasi bukan hanya saja bisa dilakukan secara Verbal saja, melainkan bisa dilakukan dengan Non-Verbal. Komunikasi dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan yaitu antara lain, memberi dan mencari informasi, mengajak individu lain melakukan apa yang kita inginkan.

Komunikasi adalah proses mengkomunikasikan pesan verbal dan non-verbal yang dapat dipahami orang lain, yang terjadi dalam konteks tertentu, memiliki dampak tertentu, dan memberikan kesempatan untuk umpan balik. Komunikasi ibarat sistem yang menghubungkan antar orang, antar bagian pada organisasi, atau menjadi genre yang bisa membangkitkan kinerja orang-orang yang terlibat pada organisasi tersebut. Efektivitas organisasi terletak dalam efektivitas Komunikasi, karena komunikasi itu krusial untuk membentuk pemahaman yang sama antara pengirim kabar menggunakan penerima kabar dalam seluruh tingkatan/level pada organisasi. Selain itu komunikasi pula berperan untuk menciptakan iklim organisasi yang dalam akhirnya bisa mensugesti efisiensi & produktivitas organisasi (Lubis, 2008)

Menurut Jan Tamado Hutapea (Hutapea, 2021) komunikasi adalah Pemberitahuan, pertukaran pikiran, pembicaraan & percakapan, atau interaksi. Segala bentuk hubungan & komunikasi pada aspek komunikasi sebagai terhubung & saling mendukung. Adanya komunikasi memungkinkan insan membangun sebuah interaksi menggunakan lingkungan & memenuhi kebutuhan menjadi makhluk sosial yaitu berinteraksi. Manusia mampu memanfaatkan komunikasi menjadi indera untuk menerima pesan baru menggunakan bertukar pikiran atau sharing & sebagai asal keterangan tersebut. Proses terjadinya sebuah komunikasi

umumnya ditandai menggunakan adanya sebuah inspirasi atau gagasan yg nantinya akan disampaikan kemudian penerima pesan akan menerima, menafsirkan kemudian memberi tanggapan. Tercapainya sebuah hubungan yg baik tentu wajib mempunyai cara atau taktik yang sempurna sebagai akibatnya feedback atau umpan pulang pun positif. (Doly, 2020) Komunikasi adalah proses mempengaruhi perilaku orang lain, mendapatkan informasi dari mereka, memecahkan berbagai masalah, dan mengkomunikasikan informasi kepada orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, komunikasi yang sistematis mempengaruhi setiap orang yang bekerja untuknya..

2.1.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Dalam dunia kerja, komunikasi merupakan suatu hal yang paling penting dan menjadi bagian dari tuntutan profesi (Keahlian). Terkadang penyebab rusaknya atau hambatan hubungan antarindividu dalam suatu organisasi, misalnya antara manajer atau supervisor dengan karyawan atau di antara karyawan itu sendiri adalah terjadinya miss komunikasi. Keterampilan berkomunikasi yang baik meliputi kemampuan dasar untuk mengirimkan atau menguraikan pesan secara akurat dan efektif, untuk memperlancar pertemuan, untuk memahami cara terbaik dalam penyebaran informasi atau pesan yang disampaikan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, maka diperlukan keterampilan berkomunikasi yang baik agar pesan yang ingin disampaikan kepada anggota organisasi yang lainnya dapat diterima dengan baik dan tidak adanya miss komunikasi.

Semakin sangat pentingnya komunikasi dalam kehidupan Manusia sehari-hari, dalam dunia organisasi atau perusahaan juga komunikasi adalah hal yang sangat penting yang harus diperhatikan dalam sistem Kinerja dan budaya organisasi. Karena komunikasi merupakan suatu jembatan kegiatan dan juga sebagai penyaluran informasi yang sangat penting untuk kinerja suatu perusahaan itu sendiri, maka komunikasi juga berperan dalam segala sendi-sendi kehidupan sistem perusahaan dan juga ikut berperan membangun citra suatu perusahaan menjadi lebih maju, Baik atau tidaknya suatu komunikasi di perusahaan dapat menentukan berkembang atau tidaknya suatu perusahaan tersebut.

Ada beberapa pendapat tentang komunikasi organisasi yang di kemukakan oleh para ahli-ahli komunikasi diantaranya :

Menurut Yuliana Fransiska (Fransiska, 2020) Komunikasi dalam sebuah organisasi atau kehidupan di dalam suatu perusahaan, pencapaian tujuan membutuhkan komunikasi dengan semua proses. Melalui komunikasi, maka dapat memberikan deskripsi pekerjaan yang memungkinkan karyawan memiliki rasa memiliki, dan juga dapat meningkatkan moral karyawan perusahaan Anda.

Menurut Muhammad (2015:24) dalam Prietsaweny RT Simamora (Fidderman Gori & Prietsaweny RT Simamora, 2020). Organisasi adalah sistem untuk mengkoordinasikan kegiatan dan mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain dapat disebut sistem karena organisasi itu sendiri terdiri dari berbagai bagian yang saling bergantung.

Dari pendapat-pendapat yang diatas komunikasi diatas maka bisa di tarik kesimpulan kalau komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi ataupun industri, baik yang dilakukan oleh bawahan kepada bawahan, atasan/ petinggi dengan atasan, ataupun apalagi bawahan kepada atasan. Serta identitas komunikasi organisasi antara lain terdapatnya struktur yang jelas dan terdapatnya batasan- batasan yang di pahami atau dimengerti tiap- tiap anggota perusahaan.

B. POLA KOMUNIKASI

2.2.1 Pengertian Pola

Pengertian Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) akan ditemukan bahwa pola memiliki arti yaitu : “Bentuk atau sistem, corak.”

Sedangkan kata pola dalam Kamus Ilmiah Populer yang disusun oleh A. Partanto dan M. Dahlan dalam Hubeis Musa ^(2012:34) yang memiliki arti yaitu : Model, contoh, dan pedoman. Pola juga bisa di sebut dengan model, yaitu cara yang menunjukkan sebuah objek yang didalamnya mengandung unsur pendukungnya.

2.2.2 Pengertian Pola Komunikasi

Istilah pola komunikasi merupakan gabungan dari dua kata pola dan komunikasi. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah pola memiliki arti ganda, antara lain sistem, cara kerja, dan bentuk (struktur) statis/tetap. Komunikasi, di sisi lain, didefinisikan sebagai pengiriman atau penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih sehingga mereka dapat memahami dan memahami pesan yang dikirimkan.

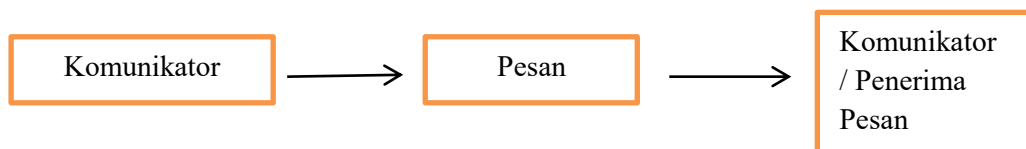
Pola komunikasi sama dengan proses komunikasi karena merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi adalah serangkaian kegiatan atau kegiatan yang menyampaikan pesan atau informasi untuk menghasilkan tanggapan atau umpan balik dari penerima pesan. Proses komunikasi ini membentuk proses komunikasi, yang dinamakan pola komunikasi, dan bagian-bagian lain yang erat kaitannya dengan proses komunikasi.

Jadi Pola komunikasi merupakan model dari suatu proses komunikasi yang terjadi, sehingga dengan adanya berbagai macam-macam model komunikasi dan juga bagian dari suatu proses komunikasi yang terjadi, maka dapat ditemukan dan di tentukan pola komunikasi yang sangat cocok dan mudah digunakan dan di terapkan dalam berkomunikasi di lingkungan organisasi atau perusahaan.

2.2.3 Jenis-Jenis Pola Komunikasi

1. Pola Komunikasi Primer

Pola ini merupakan suatu proses penyampaian informasi oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Pada pola komunikasi ini di nilai sebagai model klasik, karena dengan model ini merupakan model pemula atau awalnya di kembangkan oleh Aristoteles.



Gambar 2.1 Model Komunikasi Aristoteles

Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal yakni sebagai berikut:

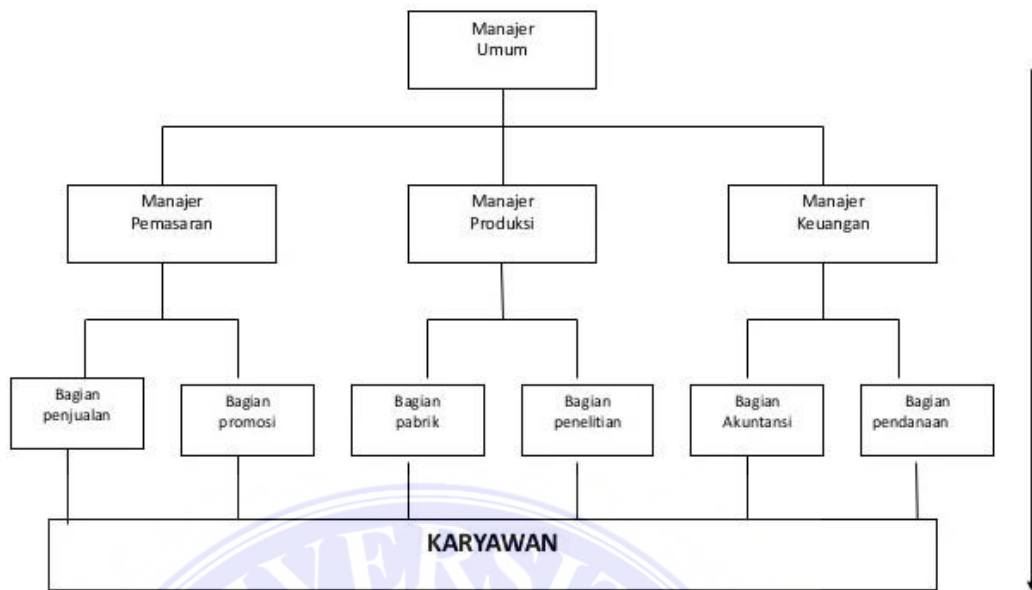
- Lambang verbal merupakan bahasa selaku lambang/ simbol verbal adalah sangat banyak serta sangat kerap digunakan, sebab bahasa sanggup menyampaikan isi pikiran komunikator.
- Lambang non verbal merupakan lambang/ simbol yang digunakan dalam berinteraksi yang bukan bahasa, merupakan sesuatu isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, tangan serta Jari. Tidak hanya itu gambar pula dapat sebagai lambang komunikasi non verbal, sehingga dengan memadukan keduanya sehingga proses penyampaian komunikasi dengan pola komunikasi ini hendak lebih efisien serta efektif.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Karena pada proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan.

3. Komunikasi dari atas ke bawah (*top-down* atau *downward communication*)

Komunikasi dari atas ke bawah yaitu komunikasi yang berasal dari Top manajer atau manajer tingkat atas kepada bawahannya. Fungsi dari komunikasi ini adalah supaya para top manajer lebih mudah dalam memberi komando dan arahan kepada para bawahan. Tujuan manajer yang menggunakan jalur komunikasi ini yaitu mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.



Gambar 2.2 Komunikasi dari Atas ke Bawah

Komunikasi ini dapat dilakukan melalui lisan ataupun tertulis. Secara lisan komunikasi berupa percakapan yang biasa, wawancara resmi antara supervisor dan bawahan, atau dalam bentuk pertemuan yang berkelompok. Secara tulisan komunikasi berupa memo, kotak informasi, papan pengumuman, buku petunjuk karyawan serta buletin.

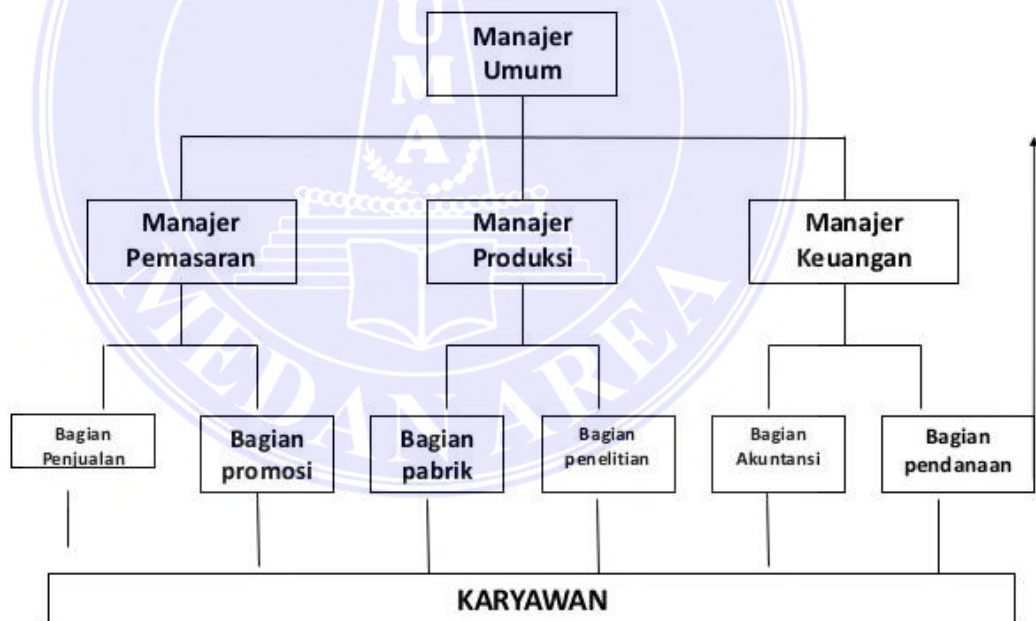
Komunikasi dari atas ke bawah memiliki lima tujuan pokok, yaitu:

- Memberikan arahan atau perintah kerja.
- Memberikan informasi mengenai suatu pekerjaan yang harus dilakukan.
- Memberikan informasi mengenai prosedur dan praktik organisasional.
- Memberikan umpan balik mengenai pelaksanaan kerja pada karyawan.
- Menyajikan informasi mengenai aspek ideologi dalam membantu organisasi menanamkan pengertian mengenai tujuan yang dicapai organisasi.

Salah satu kelemahan dari arah komunikasi ini yaitu kemungkinan terjadinya penyaringan ataupun sensor informasi penting yang ditujukan ke bawahannya. Dengan kata lain, informasi yang diterima para bawahan tidak selengkap aslinya.

4. Komunikasi dari bawah ke atas (*bottom up* atau *upward communication*)

Komunikasi merupakan pesan yang muncul dari *low* manajemen ke tingkat lebih tinggi. Komunikasi ini digunakan apabila mengajukan saran atau ide, kendala, laporan, dan lainnya. Komunikasi dari bawah ke atas mempunyai beberapa kekurangan, dikarenakan risiko terjadinya disinformasi atau informasi yang disampaikan belum tentu kebenarannya, sehingga dapat menimbulkan salah langkah atau pengambilan keputusan yang kurang tepat. Adanya kemungkinan bawahan hanya menyampaikan informasi (laporan) yang baik-baik saja (ABS/asal bapak senang). Sementara informasi yang memiliki kesan negatif cenderung tidak tersampaikan oleh bawahan. Hal ini dikarenakan bawahan menganggap jika melaporkan hal yang baik, posisi mereka akan aman. (Siregar, 2021).



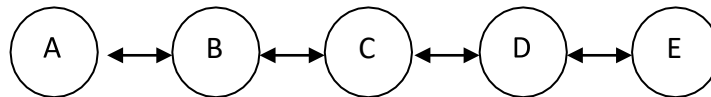
Gambar 2.3 Komunikasi dari Bawah ke Atas

2.2.4 Bentuk-Bentuk Pola Komunikasi

Dalam proses komunikasi kita dapat melihat menjadi bentuk pola-pola yang cukup khas bagaimana alur pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan dalam bentuk pola-pola komunikasi. Bentuk pola-pola

komunikasi tersebut lebih menekankan pada jaringan informasi yang di bawa kepada Komunikan yang terjadi pada saat komunikasi tersebut terjadi. Menurut Terdapat 5 Aliran pola komunikasi yang terdapat pada arah jaringan komunikasi yang terdapat didalam sebuah organisasi yaitu:

a) Pola Jaringan Komunikasi Rantai

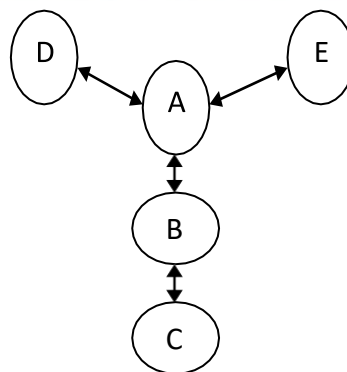


Gambar 2.4 : Jaringan Pola Komunikasi Rantai

Sumber : (Sumanjaya, 2021:20)

Pola Komunikasi rantai yang mempunyai perkara yang sama dengan pola komunikasi lingkaran. Dalam pola komunikasi rantai, anggota terakhir yang menerima pesan ataupun data yang di informasikan oleh pemimpin ataupun atasan kerap kali tidak menerima pesan yang akurat serta benar. Sehingga, pemimpin tidak bisa mengenali data hal tersebut sebab tidak terdapatnya umpan balik yang di informasikan pada masing-masing anggota atau bawahannya .Pola komunikasi ini merupakan model komunikasi berbentuk rantai, dimana pada pola komunikasi ini hanya boleh satu anggota saja yang berkomunikasi antara satu kelompok dengan yang lainnya untuk menyampaikan pesan atau informasi. Dan biasanya pada pola komunikasi berbentuk rantai ini lebih menekankan kepada mengirim pesan dan menerima pesan dari satu posisi saja.

b) Pola Jaringan Komunikasi Y

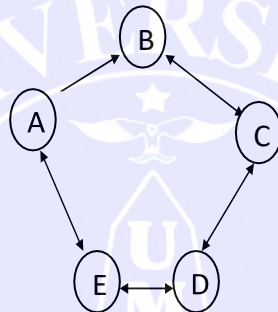


Gambar 2.5 : Jaringan Pola Komunikasi Y

Sumber : Skripsi (Sumanjaya, 2021:21)

Pola Komunikasi Y ini Merupakan pola komunikasi yang paling rumit dan juga memiliki masalah pada komunikasi yang sama seperti yang terjadi didalam pola komunikasi lingkaran dan rantai. Tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang di sampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang di sampingnya saja. Dan tidak menutup kemungkinan adanya kesalahan dalam berkomunikasi atau disebut dengan *Miss Communication* yang berujung pada adanya kesalahan dalam menyampaikan suatu informasi dan pesan yang disampaikan.

c) Pola Jaringan Komunikasi Lingkaran

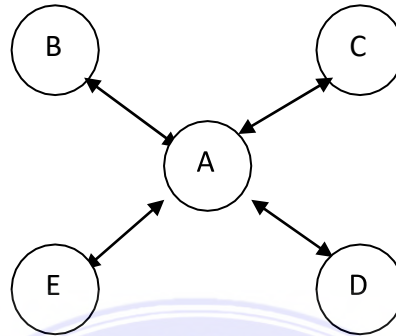


Gambar 2.6 : Jaringan Pola Komunikasi Lingkaran
Sumber : *Skripsi* (Sumanjaya, 2021:21)

Pada pola komunikasi lingkaran ini anggota dapat beriteraksi atau mengirimkan pesan dengan anggota yang lainnya dengan koneksi yang cukup dekat dengan anggota tersebut, karena dalam pola lingkaran ini bebas menentukan arah pengiriman pesan dari satu ke satu yang lainnya ke kiri atau ke kanan tetapi membantu komunikasi lingkaran dalam pola tersebut. Di dalam pola komunikasi ini tidak ada orang yang dapat menerima pesan atau informasi dari kelompok yang lainnya yang mengirimkan pesan secara menyeluruh. Dalam pola komunikasi ini, pesan atau informasi dikirimkan dari pengirim kepada semua anggota kelompok, dan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke pengirim. Hanya dua orang, kiri dan kanan, yang dapat berkomunikasi satu sama lain. Tidak ada pemimpin di sini. Pola komunikasi melingkar ini merupakan pola komunikasi yang membutuhkan waktu yang sangat lama untuk menyelesaikan masalah dan konflik. Pola komunikasi lingkaran juga cenderung banyak

menimbulkan kesalahan dan menciptakan hal-hal yang sangat negative bagi anggota kelompok tersebut.

d) Pola Jaringan Komunikasi Roda



Gambar 2.7 : Jaringan Pola Komunikasi Roda
Sumber : Skripsi (Sumanjaya, 2021:20)

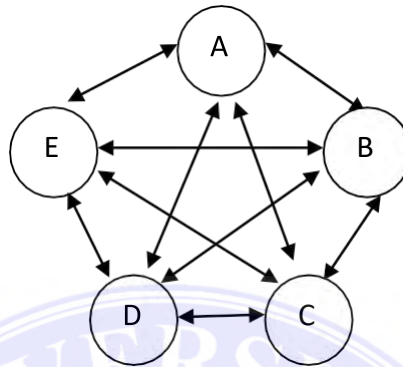
Pada Pola komunikasi roda tersebut merupakan Pola komunikasi yang sangat baik dibandingkan dengan pola komunikasi yang lainnya. Pada pola komunikasi roda tersebut berfokus kepada semua anggota kelompok atau organisasi yang menerapkan adanya kepemimpinan di dalam kelompok atau organisasi tersebut. Pemimpin tersebut dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok atau organisasi yang berada di bawahannya sehingga menciptakan sebuah koneksi yang begitu luas dan juga menghasilkan komunikasi yang baik antar sesama anggota. Akan tetapi, setiap anggota dalam kelompok atau organisasi tersebut hanya dapat berhubungan dengan pemimpin atau atasan saja.

Maka pada pola ini pemimpin atau atasan menjadi komunikator/penyampaian pesan/pengirim pesan, dan anggota kelompok menjadi komunikan/penerima pesan/informasi, namun tidak dapat berinteraksi terhadap anggota kelompok yang lainnya karena dalam pola ini hanya berfokus kepada pemimpin atau atasan saja. Pada pola komunikasi ini juga menciptakan produk kelompok yang cepat dan terorganisasi.

Model atau pola jaringan komunikasi ini, semua laporan, instruksi perintah kerja dan pengawasan terpusat satu orang yang memimpin empat bawahan atau lebih, dan antara bawahan tidak terjadi interaksi. Dimana C dapat

berkomunikasi langsung dengan A, B, D dan E. Garis koordinasi ini melibatkan semua komponen yang dapat berkomunikasi. (Yanduty, 2020)

e) Pola Jaringan Komunikasi All Channel (Semua Saluran)



Gambar 2.8 : Jaringan Pola Komunikasi Semua Saluran
 Sumber : Skripsi (Sumanjaya, 2021:22)

Pola komunikasi All Cannel tersebut merupakan komunikasi yang bebas dilakukan oleh semua anggota kelompok atau Organisasi tidak terbatas oleh feedback, waktu dan channel yang ada di dalam organisasi tersebut. Pada pola Komunikasi ini, semua saluran (Channel) ini tidak terpusat pada satu orang pemimpin/atasan saja dan tidak terfokus kesatu koneksi komunikasi saja. Melainkan Pola komunikasi ini juga paling memberikan kepuasan dan kebebasan kepada anggota-anggotanya, dan yang paling cepat menyelesaikan tugas bila tugas berkenaan dengan masalah yang sukar. Dimungkinkan untuk mengirim dan menerima informasi secara bebas ke segala arah dengan semua orang dan di semua posisi. Jaringan, struktur, dan pola ini digunakan untuk menentukan jenis interaksi antara orang-orang dalam suatu organisasi. Model atau pola komunikasi ini merupakan pengembangan dari model sirkular dimana ketiga tingkatan tersebut dapat berinteraksi tanpa memperhatikan siapa orang sentralnya. Semua saluran komunikasi antara tingkat hierarki dengan pihak/pengelola yang berbeda, atau sebaliknya. (Sumanjaya, 2021:22).

C. BUDAYA ORGANISASI

2.3.1 Pengertian Budaya

Budaya merupakan hal yang sangat umum dan heterogen di dalam masyarakat luas, terutama didalam kehidupan masyarakat akan selalu menciptakan kebudayaan. Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berfikir, merasa, mempercayai, dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Kebudayaan berasal dari Bahasa sanserkerta “Buddhayah” yang merupakan bentuk jamak dari “Buddhi” yang berarti berbudi atau akal.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat dan niat. Secara formal budaya di definisikan sebagai suatu tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampakkan diri dalam pola-pola Bahasa dan bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku. Budaya sangat berkesinambungan hadir dimana-mana, budaya juga berkenaan dengan bentuk fisik serta lingkungan social yang mempengaruhi kehidupan kita.

Artinya budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa berbicara siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan pesan. Bila budaya beraneka ragam, maka beragam pula praktik-praktik komunikasi.

2.3.2 Budaya Organisasi

Istilah budaya organisasi mengacu pada budaya yang berlaku pada sebuah perusahaan. Hal ini karena perusahaan pada umumnya adalah sebuah organisasi, kolaborasi dari beberapa orang yang membentuk kelompok atau unit kolaborasi itu sendiri. Survei ini dilakukan terhadap budaya organisasi yang melamar ke perusahaan. Dalam budaya organisasi, itu didefinisikan oleh budaya perusahaan. Budaya perusahaan juga merupakan budaya yang ada dalam organisasi yang melakukan kegiatan perusahaan.

Budaya organisasi adalah suatu pola yang bisa diterima oleh suatu organisasi untuk membentuk dan bertindak, memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mempersatukan anggota-anggota organisasi. Organisasi tidak terlepas dari adanya budaya didalam suatu organisasi hal ini memungkinkan adanya kebiasaan yang terjadi dan tindakan atau perasaan yang terjadi di dalam kehidupan organisasi.

Budaya organisasi adalah apa yang dirasakan karyawan dan bagaimana persepsi ini menciptakan pola keyakinan, nilai, dan harapan. Menurut Wirawan (2007) budaya organisasi didefinisikan sebagai norma, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, filsafat, kebiasaan organisasi, dan sebagainya (isi budaya organisasi) yang dikembangkan dalam waktu yang lama oleh pendiri, pemimpin, dan anggota organisasi yang disosialisasikan dan diajarkan kepada anggota baru serta diterapkan dalam aktivitas organisasi sehingga mempengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku anggota organisasi dalam memproduksi produk, melayani para konsumen, dan mencapai tujuan organisasi.

Berikut adalah pengertian Budaya Organisasi menurut beberapa Ahli :

1. Schein (1985) dalam Riani Laksmi ^(2011:1) Budaya organisasi merupakan sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang telah di temukan, diciptakan, atau dikembangkan oleh suatu kelompok yang tertentu dengan maksud agar suatu organisasi bisa belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integritas internal yang sudah berjalan dengan cukup baik.
2. Monde dan Noe (1996) dalam Riani Laksmi ^(2011:1) Budaya organisasi adalah sistem dari shared value, keyakinan dan kebiasaan-kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling berinteraksi dengan struktur formalnya untuk menciptakan norma-norma perilaku
3. Daniel R. Denison dalam Riani Laksmi ^(2011:1) Budaya Organisasi adalah suatu nilai-nilai, keyakinan, dan prinsip-prinsip dasar yang merupakan landasan bagi sistem dan praktek-praktek manajemen serta perilaku yang meningkatkan dan menguatkan prinsip-prinsip tersebut.

Budaya organisasi perlu dikembangkan sesuai dengan perkembangan lingkungan dan kebutuhan organisasi. Perkembangan organisasi harus diarahkan pada terciptanya *achievement culture*, yaitu tipe budaya yang akan mendorong dan menghargai kinerja orang. *Achievement culture* menekankan pada pekerjaan yang dilakukan dari pada sekedar peran saja. Budaya organisasi dapat sangat beragam karena variasinya sumber daya manusia, baik dilihat dari segi gender, umur, ras, suku, tingkat pendidikan, pengalaman, maupun latar belakang budayanya. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan pengelolaan keberagaman budaya atau *diversity management*.

Di sisi lain perkembangan organisasi sering kali menuntut pemahaman tentang kenyataan terjadinya bauran antara dua atau lebih budaya organisasi. Bauran antar budaya dapat saja terjadi karena adanya dua organisasi dengan budaya yang sangat berbeda bergabung, atau dapat pula terjadi perkembangan suatu organisasi yang signifikan sehingga memerlukan sumber daya manusia dengan latar belakang budaya yang sangat berbeda dengan budaya organisasi induknya. Budaya organisasi tumbuh melalui suatu proses evolusi/tahapan dari gagasan yang diciptakan oleh pendiri organisasi dan kemudian di tanamkan kepada para pengikutnya atau anggotanya. Budaya organisasi tumbuh dan berkembang dilakukan dengan menanamkan melalui proses pembelajaran dan pengalaman yang telah dilalui. Perkembangan dan perubahan organisasi sama halnya dengan perubahan budaya. Budaya dalam suatu organisasi/perusahaan baik organisasi pemerintahan maupun organisasi/perusahaan swasta mencerminkan penampilan organisasi atau perusahaan itu sendiri, bagaimana organisasi dilihat oleh orang yang berada di luarnya. Organisasi atau perusahaan yang mempunyai budaya positif akan menunjukkan citra positif pula, dan demikian juga sebaliknya apabila budaya organisasi/perusahaan tidak berjalan dengan baik akan memberikan dampak negatif bagi organisasi atau perusahaan itu sendiri.

Budaya organisasi merupakan suatu kekuatan social yang tidak tampak secara fisik, yang dapat digerakkan orang-orang didalam suatu organisasi untuk melakukan aktifitas kerja. Secara tidak sadar setiap orang didalam suatu organisasi mempelajari budaya yang berlaku didalam organisasinya. Apalagi ketika ia sebagai orang yang baru supaya dapat diterima oleh lingkungan tempat bekerja, ia

berusaha mempelajari apa yang dilarang dan apa yang diwajibkan, apa yang baik dan yang buruk yang tidak boleh dilakukan dalam suatu perusahaan. Jadi budaya organisasi mensosialisasikan dan menginternalisasikan pada para anggota organisasi atau perusahaan.

2.3.3 Fungsi Budaya Organisasi

Budaya organisasi memiliki beberapa fungsi. Pertama, budaya mempunyai suatu peran pembeda. Hal itu berarti budaya kerja menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan yang lainnya. Kedua, budaya organisasi membeawa suatu identitas bagi anggotanya. Ketiga, budaya organisasi mempermudah timbul pertumbuhan komitmen pada suatu yang sangat luas dari pada kepentingan individual.

Budaya organisasi sebagai pedoman untuk mengontrol perilaku anggota organisasi, pasti memiliki fungsi dan juga manfaat yang sangat berguna untuk organisasi didalamnya. Budaya organisasi berguna sebagai membangun dalam mendasain kembali sistem kinerja, pengendalian manajemen organisasi, yaitu sebagai alat untuk menciptakan komitmen agar para manajer dan karyawan mau melaksanakan perencanaan strategi untuk meningkatkan kinerja suatu organisasi agar tercapainya tujuan yang di inginkan oleh suatu organisasi tersebut. Fungsi budaya organisasi sebagai berikut :

1. Budaya menciptakan perbedaan yang sangat jelas antara satu organisasi dengan yang lainnya.
2. Budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi.
3. Budaya mempermudah timbulnya komitmen pada suatu yang lebih luas jangkauannya dari pada kepentingan pribadi dari individual seseorang.
4. Budaya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.

2.3.4 Unsur-Unsur Budaya Organisasi

Beberapa unsur budaya organisasi/perusahaan dalam kinerja suatu perusahaan yaitu sebagai berikut :

- Nilai-Nilai (Values) merupakan konsep dasar dan keyakinan dari suatu organisasi
- Panutan/keteladanan merupakan orang-orang yang menjadi panutan atau teladan karyawan lainnya karena keberhasilannya.
- Network yaitu jaringan komunikasi informal didalam perusahaan yang dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai dari kebudayaan perusahaan dan menjangkau semua aspek kegiatan organisasi perusahaan
- Lingkungan Usaha yaitu lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi dan menentukan apa yang harus dikerjakan oleh pelaku organisasi tersebut sehingga dalam menjalankan kegiatan perusahaan maka akan mencapai tujuan yang diinginkan organisasi ataupun perusahaan.

2.3.5 Faktor-Faktor yang Membentuk Budaya Organisasi

Adapun faktor-faktor yang membentuk budaya organisasi atau perusahaan yaitu sebagai berikut :

- Group Norms yaitu nilai-nilai dan standar baku dalam organisasi
- Exposed Values yaitu nilai-nilai dan prinsip-prinsip organisasi yang ingin dicapai misalnya : Kualitas produk dan lain sebagainya
- Formal Philosophy yaitu kebijakan dan prinsip ideologis yang mengarahkan perilaku organisasi terhadap karyawan, pelanggan dan pemegang saham.
- Climate yaitu perasaan yang secara eksplisit dapat terasa dari keadaan fisik organisasi dan interaksi antar karyawan, interaksi atasan dengan bawahan, juga interaksi dengan pelanggan atau organisasi yang lain yang menyangkut kinerja atas organisasi tersebut.

D. PENELITIAN RELEVAN

Penelitian relevan yaitu penelitian yang sudah ada dan telah diteliti oleh beberapa orang, dan penelitian tersebut berhubungan dengan penelitian yang akan

diteliti oleh si peneliti tersebut. Maka dalam artian, peneliti akan memperjelas penelitian yang sudah ada di jurnal institusi lain dan membandingkan, membedakan, dan menyamakan antara penelitian yang sudah ada dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tersebut, agar peneliti lebih memperjelas isi dari penelitian yang di buat oleh si peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

NO	1	2	3	4	5
Judul	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)	PENGARUH POLA KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN LPP RRI SURAKARTA (Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Republik Indonesia Surakarta)	BUDAYA ORGANISASI PADA DINAS KEBUDAYAAN PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN SOLIDARITAS ANGGOTA PIMPINAN CABANG PEMUDA MUHAMMADIYAH SUKARAMAI MEDAN	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA TAMAN BUAH DI KABUPATEN DELI SERDANG
Tahun	2011	2011	2020	2020	2018
Penulis	Muzawwir Kholiq	Elham Taufandy Yarosca	Mohammad Ridwan	Febly Yanduty	Muhammad Arif
Deskripsi	Dalam penelitian tersebut meneliti tentang komunikasi kekeluargaan antara pemimpin dan karyawan di radio perak Yogyakarta	Penelitian ini tentang Pola komunikasi di LPP RRI Surakarta, serta pengaruhnya dengan kinerja pegawai	Penelitian ini meneliti tentang budaya yang ada di kantor dinas kebudayaan di Yogyakarta.	Penelitian ini meneliti tentang Pola komunikasi yang diciptakan Pemuda Muhammadiyah Sukaramai Medan, dalam meningkatkan solidaritas sesama anggota.	Penelitian ini meneliti tentang Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mengembangkan Pariwisata Taman Buah Di Kabupaten Deli Serdang.
Metode	Kualitatif	Kuantitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Tujuan	untuk mengetahui berbagai bentuk serta pola	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui suatu kebudayaan yang	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pola komunikasi yang	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan Pola

	Komunikasi yang dikembangkan di Radio Kota Perak Yogyakarta yang tercermin dalam hubungan komunikasi antara Pimpinan dengan Karyawan untuk mempertahankan eksistensi organisasi sebagai Radio yang bernuansa Islami.	dari pola komunikasi di LPP RI Surakarta	ada di kantor dinas kebudayaan di kota Yogyakarta, serta bagaimana peran kebudayaan dalam suatu kantor dinas kebudayaan atau organisasi	digunakan oleh anggota pimpinan Pemuda Muhammadiyah Sukaramai Medan untuk meningkatkan kesatuan kelompok organisasinya.	Komunikasi Organisasi Untuk Mengembangkan Pariwisata Taman Buah Di Kabupaten Deli Serdang
Hasil	Pola komunikasi yang digunakan oleh Pimpinan dalam berinteraksi dengan karyawannya menggunakan dua jenis pola komunikasi yakni : Struktural dan Kekeluargaan	Pengaruh pola komunikasi top-down, bottom-up, dan horizontal dapat dilihat terhadap kinerja pegawai di LPP RRI Surakarta, dan persamaan regresinya adalah $Y = 15,710,886X_1 + 0,616X_2 + 0,781X_3$ menunjukkan berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai pada model komunikasi pada LPP RRI Surakarta	Budaya organisasi yang ada di Dinas Kebudayaan Istimewa Yogyakarta secara maksimal cukup untuk menjalankan semua fungsi dan tugasnya masing-masing dan untuk mematuhi semua kebijakan yang diatur dalam Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta.	Model komunikasi yang digunakan oleh organisasi PCPM adalah model bintang atau model komunikasi full channel, dimana semua anggota memiliki kedudukan yang sama dalam kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi untuk menciptakan kesatuan ikatan yang besar antar anggota.	Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa Pola komunikasi Organisasi yang digunakan sangatlah baik dan efisien dengan media yang digunakan pun sangat mudah untuk berkomunikasi.

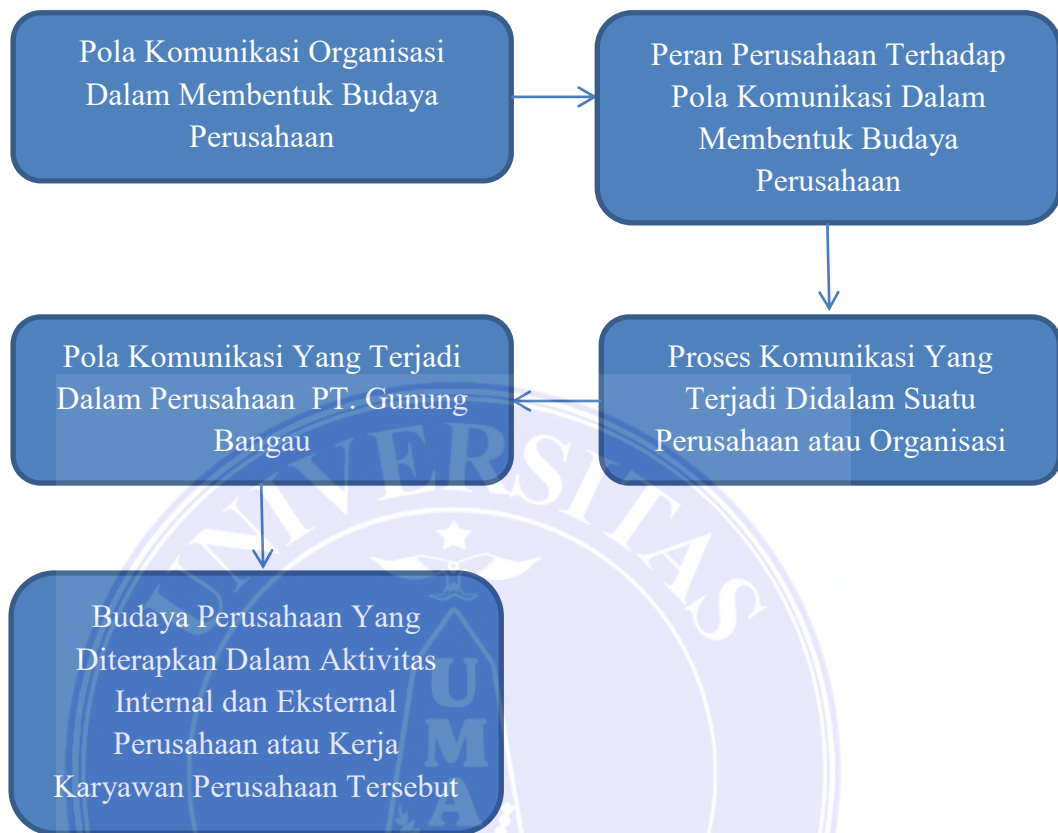
E. KERANGKA BERFIKIR

Kerangka berfikir merupakan sebuah gambaran atau model yang berupa konsep yang menjelaskan tentang apa saja yang akan diteliti dalam sebuah penelitian, sehingga penelitian tersebut lebih kuat dan bisa dipertanggungjawabkan, dan juga supaya pembaca juga mengerti apa saja yang akan dibahas didalam penelitian tersebut. Menurut Suriasumantri, Kerangka berfikir merupakan sebuah penjelasan sementara terhadap apa yang sedang terjadi yang menjadi objek pembahasan didalam penelitian.

Pada penelitian ini akan menjelaskan lebih rinci tentang budaya dalam suatu perusahaan atau organisasi pada PT. Gunung Bangau. Dimana perusahaan tersebut sangat menerapkan sekali kebudayaan dan juga pola komunikasi yang baik antara sesama internal perusahaan maupun eksternal perusahaan itu sendiri. Dan juga menjelaskan apa pola komunikasi yang terdapat dalam perusahaan tersebut sehingga menciptakan sebuah pola komunikasi yang baik diantara sesama karyawan, dan berdampak pada kenyamanan berkerja serta adanya budaya perusahaan tersebut yang membawa dampak yang baik atau yang buruk bagi perusahaan tersebut.

Hubungan internal terjadi di antara publik yang merupakan bagian dari organisasi itu sendiri. Objek ini merupakan sumber daya terbesar dari organisasi, yaitu semua elemen yang secara langsung mempengaruhi keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, dewan direksi, pemegang saham, dan lain-lain. Oleh karena itu, hubungan atau komunikasi internal ini menjadi sangat penting dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja personel dalam organisasi ini terjadi karena adanya struktur dalam organisasi, bisa antara pegawai dengan pegawai, pegawai dengan atasan, atasan dengan atasan.

Gambar 2.9 Kerangka Berfikir



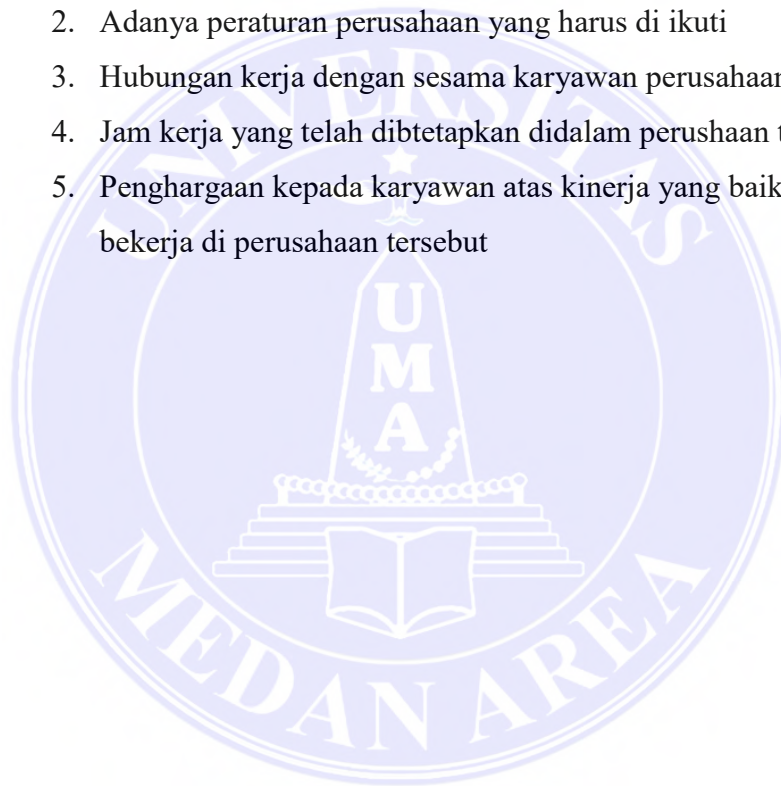
Pola komunikasi yang terjadi di perusahaan menjadi sebuah akses untuk membuka ruang untuk menyampaikan suatu informasi bagi penerima pesan, dimana penerima pesan akan merespon apa yang akan di dapat dari pengirim pesan tersebut. Pola komunikasi juga bisa membentuk budaya yang di terapkan diperusahaan tersebut. Budaya perusahaan yang diterapkan dalam aktivitas yang sering dilakukan yakni eksternal maupun itu internal dalam perusahaan tersebut. Lingkungan budaya eksternal dan internal dalam suatu perusahaan juga mempengaruhi kinerja dan pencapaian tujuan yang di inginkan dalam suatu perusahaan, maka di perlukannya suatu lingkungan perusahaan yang bisa menciptakan kemajuan dan juga meningkatkan pola komunikasi yang lebih strategis agar bisa memajukan kinerja perusahaan tersebut. Lingkungan budaya eksternal dan internal perusahaan di PT. Gunung Bangau meliputi :

- **Budaya Eksternal Perusahaan**

1. Hubungan Perusahaan dengan Perusahaan lain
2. Hubungan perusahaan dengan pemerintah
3. Mengadakan Meeting/rapat dengan kerjasama perusahaan lain
4. CSR (Corporate Social Responsibility)
5. Adanya Penghargaan perusahaan yang bekerja sama dengan perusahaan lain.

- **Budaya Internal Perusahaan**

1. Cara Berpakaian yang sopan
2. Adanya peraturan perusahaan yang harus di ikuti
3. Hubungan kerja dengan sesama karyawan perusahaan
4. Jam kerja yang telah ditetapkan didalam perusahaan tersebut
5. Penghargaan kepada karyawan atas kinerja yang baik selama bekerja di perusahaan tersebut



BAB III

METODE PENELITIAN

A. METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian terdapat jenis-jenis penelitian yang ada dipenelitian tersebut. Pembagian jenis penelitian tersebut antara satu dengan yang lainnya tentu sangatlah berbeda. Hal ini bergantung pada sudut pandang suatu penelitian tertentu dan permasalahan yang sedang diteliti. Penentuan metode penelitian adalah langkah yang sangat penting karena dapat menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Ketepatan menggunakan metode penelitian adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang peneliti jika menginginkan penelitian tersebut dapat menjawab masalah dan menemukan kebenaran. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dan metode yang digunakan ini sangatlah tepat karena menyangkut dengan apa yang di eksplorisasikan dan di dalam, dan tidak berhubungan dengan unsur-unsur statistik (Hikmat, 2011)

Metode Penelitian menurut Tejoyuwono, metode penelitian yaitu suatu ilmu tentang kerangka kerja melaksanakan penelitian yang bersistem. Bersistem berarti penelitian dikerjakan secara kontekstual. Selanjutnya ia mengatakan bahwa konteks penelitian tersusun atas unsur-unsur filsafat, yang menjadi pangkal beranjak pemikiran, berfikir, yang membentuk gagasan dasar atau konsep. Nalar, yang menjalankan proses pemahaman persoalan yang menjadi buah telaah, dan selanjutnya menjalankan proses penarikan kesimpulan. Maka dapat disimpulkan bahwa Metode Penelitian adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan sistematis dan teliti, dengan tujuan mendapatkan pengetahuan yang baru atau mendapatkan susunan dan tafsiran atau penarikan kesimpulan dari pengetahuan yang telah ada.

Penelitian merupakan upaya sistematis dan objektif untuk mempelajari suatu masalah dan menemukan prinsip-prinsip umum yang juga berarti upaya pengumpulan informasi yang bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan. Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu wahana untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Oleh karena itu, didalam melakukan suatu penelitian ilmiah ada dua hal yang menjadi bagian pada tahap

proses penelitian yang sangat penting untuk dilakukan yaitu pendekatan dan metode penelitian.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan jawaban dari penelitian yang di lakukan. Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang diungkapkan dalam bentuk kalimat atau kata-kata serta uraian-uraian, bahkan dapat berupa suatu kesimpulan atau cerita pendek. Data kualitatif amat bersifat subjektif, karenanya peneliti yang mengungkapkan data kualitatif berusaha memecahkan masalah melalui pendeskripsian.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan suatu penemuan-penemuan yang tidak akan pernah dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan social dan menggambarkan fenomena yang terjadi didalam kehidupan manusia. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang sangat terpenting suatu barang atau jasa. Penelitian kualitatif dieksplorasi dan diperdalam dari fenomena social atau lingkungan social terdiri atas pelaku, kejadian, tempat dan waktu. Penelitian kualitatif dilakukan karena ingin mengeksplor fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deksriptif seperti langkah kerja, formula suatu resep, pengertian suatu konsep yang beragam. Penelitian kualitatif mengungkapkan suatu situasi sosial yang sedang terjadi dengan mendeskripsikan atau menggambarkan suatu kenyataan yang secara real atau benar dan di bentuk oleh kata-kata yang mengandung informasi yang real atau fakta yang sebenarnya yang terjadi.

Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena yang sedang terjadi atau peristiwa yang terjadi di dalam kehidupan masyarakat, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran individu dan menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan yang bersifat induktif. Penelitian kualitatif memiliki dua tujuan yang sangat intim yaitu, yang pertama, menggambarkan dan mengungkapkan hal-hal yang terjadi didalam suatu kasus dimasyarakat atau organisasi, yang kedua, penelitian

kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan atau fenomena yang sedang terjadi saat ini.

Peneliti memilih atau menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengeksplor, mendalami, menggambarkan, mengekspresikan peristiwa yang ada saat ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif maka sangat cocok untuk pada metode penelitian ini. Penelitian ini tidak mengacuh pada adanya hubungan antara variabel-variabel didalam penelitiannya, melainkan peneliti menggunakan kualitatif agar peneliti tau keadaan yang sebenarnya sesuai dengan masalah yang diteliti. Kalau peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif maka peneliti tidak bisa mendapatkan hasil yang tidak sesuai dengan data yang telah diperoleh, dalam artian penelitian menggunakan kuantitatif tidak lah sesuai karena tidak merujuk pada variabel-variabel yang ada, dan juga penelitian yang diteliti tidak ditemukan variabel dan hubungan variabel dalam penelitian tersebut.

B. SUMBER DATA PENELITIAN

Dalam suatu penelitian tentunya diperlukan sumber-sumber data penelitian, hal ini memungkinkan bahwa data-data yang kite peroleh tersebut bisa memperjelas dan memahami data yang kita kumpulkan dalam suatu penelitian. sumber data penelitian yaitu subyek dari mana data dapat diperoleh atau dari mana keberadaan data tersebut diambil sehingga data tersebut bisa digunakan atau penting digunakan dalam suatu penelitian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, data diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan keterangan atau bahan yang dipakai untuk penalaran dan penyelidikan.

Kelengkapan data tidak boleh ditinggalkan, hal ini akan sangat diperlukan dalam proses mengolah data dan meneliti data. Sumber data berarti objek suatu penelitian yang akan dijadikan sebuah sampel. Objek ini beraneka macam jenisnya, dapat berupa manusia dalam penelitian sosial, dapat berupa benda mati maupun benda hidup untuk penelitian eksata. Sumber data dimaksudkan adalah semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, fenomena, peristiwa/gejala baik secara kuantitatif ataupun kualitatif. Sumber data

dalam penelitian adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh. Bila dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner atau wawancara maka sumber datanya adalah responden. Bila dalam pengumpulan data menggunakan observasi maka sumber datanya adalah benda, gerak atau proses sesuatu. Bila dalam pengumpulan data menggunakan dokumen maka sumber datanya adalah dokumen dan catatan (Sutanto, 2013).

C. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

3.3.1 Waktu

Waktu yang akan digunakan peneliti untuk melakukan suatu penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian kelapangan dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian, pengelolaan data penelitian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Pada bulan Januari peneliti melaksanakan seminar proposal, yaitu rancangan suatu penelitian yang dilakukan oleh si peneliti tersebut, untuk mendapatkan desain atau gamabran yang seperti apa yang akan diteliti nantinya. Pada bulan Febuari sampai pada akhir bulan maret peneliti akan terjun kelapangan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam sehingga sebuah rumusaan masalah dapat terpecahkan dan juga mendapatkan data-data yang diperlukan oleh peneliti.

3.3.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan tempat dimana seseorang atau seorang peneliti untuk melakukan penelitian untuk menentukan atau menemukan jawaban dari akar sebuah permasalahan yang akan diteliti peneliti tersebut. Tempat penelitian atau Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti berada di PT. GUNUNG BANGAU, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Kec. Torgamba yaitu tempat dimana seorang peneliti akan melakukan penelitian. Tempat penelitian tersebut berlokasi jauh dari ibu kota medan yang merupakan tempat instansi perguruan tinggi peneliti tersebut, dengan jarak dari medan ketempat peneliti sejauh 345 km, PT. GUNUNG BANGAU tersebut terletak sangat jauh

dari perkotaan madya Labuhan batu selatan yang berjarak 35 km kedalam perkebunan kelapa sawit.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan awal dari suatu penelitian dan ini merupakan sangat penting dalam melakukan suatu penelitian. Tanpa adanya pengumpulan data maka penelitian tidak dapat dilaksanakan. Peneliti melakukan penelitian dan mengumpulkan data bukan berarti data yang akan diperoleh menghasilkan kesimpulan yang memuaskan rumusan masalah, tetapi tergantung pada cara pengambilan data. Cara pengambilan data menentukan kualitas data yang terkumpul dan kualitas data yang terkumpul akan menentukan hasil penelitian, dan hasil penelitian akan menjadi sangat menarik dan menjawab rumusan masalah.

Teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi yang alami, sumber data primer dan teknik observasi, dokumentasi, beserta teknik wawancara yang sangat mendalam.

3.4.1 Observasi

Metode Observasi (Pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun kelapangan, dan mengamati hal-hal yang sedang terjadi dilapangan dan berkaitan denganruang, tempat, waktu, pelaku, kegiatan, peristiwa dan lain-lain. (Almanshur, 2014).

Peneliti akan mengamati kejadian-kejadian yang terjadi disekitar lapangan dan menganalisis apa yang sebenarnya terjadi dan mencoba memahami suatu lingkungan yang ada dilapangan tempat seorang peneliti melakukan penelitian.

3.4.2 Wawancara

Teknik Wawancara merupakan teknik yang khas dalam metode penelitian kualitatif. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dan informasi. Tujuan dari teknik wawancara tersebut yaitu untuk mengetahui persepsi, perasaan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang. Dalam

penelitian ini, wawancara digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pola komunikasi apa saja yang terdapat didalam PT. Gunung Bangau dan budaya organisasi dalam perusahaan tersebut. Dalam wawancara ini, wawancara secara terstruktur, dan pewawancara mempunyai daftar pertanyaan yang tertulis, dan memungkinkan peneliti akan mempertanyakan secara bebas dan mengambil data-data yang memang sangat diperlukan guna untuk penelitian. Pewawancara tidak akan bertanya kepada satu informan atau orang yang berada di perusahaan tersebut melainkan, pewawancara tersebut akan mempertanyakan kepada beberapa karyawan dan pegawai dalam perusahaan tersebut yang memiliki latar belakang yang berbeda, memiliki motivasi berbeda, dan latar pendidikan yang berbeda.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan untuk memperkuat data-data yang diperlukan dalam suatu penelitian dan mendapatkan informasi sedalam-dalamnya mengenai perusahaan atau organisasi tersebut. Peneliti akan membuat suatu dokumentasi yang diperlukan untuk keperluan data-data penelitian yang akan diteliti yaitu : foto, capture Whatsapp. Sehingga data yang diperlukan akan dikelolah oleh peneliti.

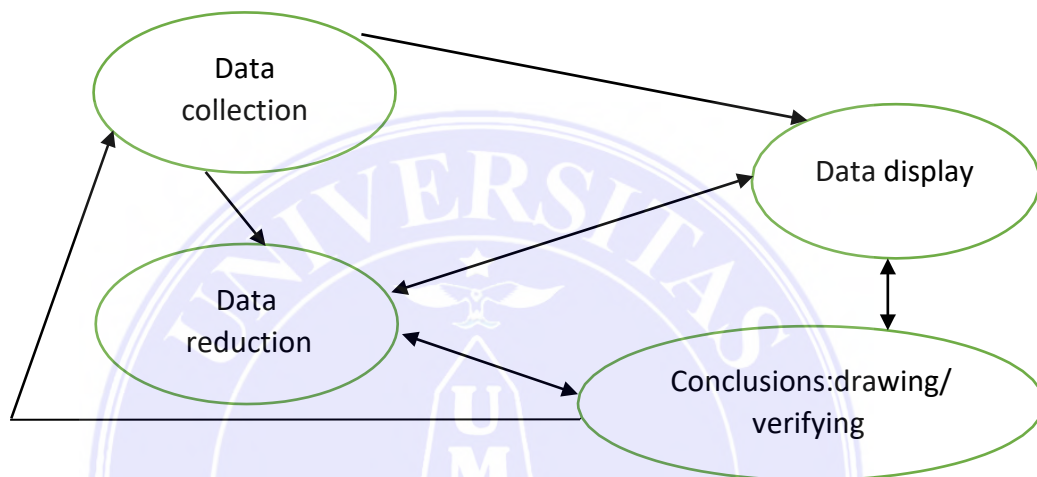
3.4.4 Bahan dan Alat

Adapun bahan dan alat yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan suatu penelitian yaitu : Kamera. Dimana kamera ini merupakan suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan dokumentasi. Untuk melakukan penelitian data, peneliti menggunakan alat perekam suara untuk mencari data yang dibutuhkan oleh peneliti data mengenai responden. Selain itu peneliti juga mempersiapkan catatan, majalah, surat kabar, notulen dan lain sebagainya.

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif dan kuantitatif sangat berbeda, dari segi pendekatan dan pemahaman juga sangatlah berbeda. Pada kuantitatif analisis data yang dilakukan untuk penelitian tersebut menggunakan statistic atau angka, sedangkan pada pendekatan kualitatif lebih mengarah

pengaturan data secara logis dan tersistematis. Teknik Analisis data kualitatif dilakukan dengan mengorganisasi data atau memilih data yang sangat penting dan diteliti serta menarik kesimpulan, secara sistematis, terstruktur, mencari dan meringkas data yang diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data (seperti wawancara, kuesioner, observasi dan dokumen, seperti rekaman video/audio). Mengolah dan menarik kesimpulan agar mudah dimengerti.



Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Menurut Miles dan Huberman
Sumber : (Amalia, 2019:41)

Analisis data dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data terkumpul yang diperlukan oleh peneliti dengan teknik analisis model interaktif. Analisis data berlangsung secara simultan yang dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan: pengumpulan data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan kesimpulan atau verifikasi (conclusion drawing & verifying).

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Pada tahap ini reduksi data akan dilakukan secara terus-menerus sejalan dengan pelaksanaan yang dilakukan peneliti. Bagi peneliti, kegiatan reduksi data menjadi sangatlah penting, karena

yang bersangkutan bisa dapat memulai memilah dan memilih data mana dan data dari siapa yang harus lebih di pertajam atau diperdalam. Pada tahap ini sipeneliti akan melakukan pemilihan data yang sangat penting, satu data ke data penelitian yang lain.

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data (display data) merupakan proses analisis data setelah reduksi data berlangsung. Dan proses ini belum berakhir sebelum laporan hasil akhir disusun disajikan atau dipaparkan. Pada tahap ini peneliti akan melakukan penyajian data yang bukan akhir dari proses analisis data itu dilakukan, nantinya peneliti akan menyajikan data sementara sehingga peneliti akan memilah data-data yang akan diperlukan untuk pengelolah data tersebut. Dalam artian penyajian data ini bersifat data yang sementara dan bisa juga akhir dari analisis data tersebut.

3.5.3 Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Pada proses akhir dari analisis data yaitu verifikasi data dan penarikan kesimpulan data, yang dimaknai sebagai penarikan arti dari data-data yang telah ditampilkan dan disajikan. Pada tahap ini peneliti bisa saja melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi data pada saat proses pengumpulan data berlangsung, lalu kemudian sipeneliti melakukan reduksi data dan penyajian data. Bukan berarti kesimpulan yang di buat oleh sipeneliti merupakan kesimpulan yang terkahir atau sudah final dilakukan , karena setelah proses penyimpulan tersebut, peneliti bisa saja melakukan verifikasi atau penarikan kesimpulan hasil temuan kembali di lapangan. Maka dengan begitu peneliti akan memperdalam lagi proses observasi dan wawancara nya kembali.

F. PROSEDUR KERJA

Prosedur kerja penelitian yaitu langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk melakukan suatu penelitian dan berusaha memecahkan masalah yang sedang terjadi, sehingga peneliti bisa mengungkapkan apa yang terjadi dan menemukan jawaban dibalik masalah yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan sesuai dengan metode yang

akan diteliti oleh peneliti, dan penelitian yang akan dibahas ini tidak berhubungan dengan angka-angka, dan juga tidak berhubungan dengan variabel-variabel pada penelitian ini, melainkan menjelaskan dan mendeskripsikan secara rinci apa yang akan diteliti oleh peneliti tersebut, serta mendapatkan dan mendalami data-data yang telah diperoleh dari lapangan.

Meski demikian, prosedur kerja penelitian perlu merencanakan tahapan-tahapan atau langkah-langkah penelitian untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian di lapangan. Adapun tahapan-tahapan dan langkah-langkah penelitian kualitatif pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- Menetapkan Fokus Penelitian
 - Prosedur penelitian kualitatif mendasarkan apa yang terjadi dan menetapkan tujuan dari suatu penelitian yang akan diteliti. Hal pertama yang harus dilakukan sebelum memulai seluruh penelitian kualitatif yaitu menetapkan research question, atau biasa disebut dengan Fokus Penelitian. Fokus penelitian merupakan pertanyaan tentang hal-hal yang ingin dicari oleh peneliti dan di pecahkan pada suatu permasalahan atau peristiwa yang terjadi, dan ingin mencari jawaban melalui metode penelitian tersebut.
- Menentukan Setting dan Subjek Penelitian
 - Pada tahapan ini peneliti akan meneliti suatu organisasi dimana melihat kondisi dan situasi dari organisasi tersebut. Dimana pada tahapan ini peneliti akan mencerminkan lokasi penelitian sedang berlangsung. Pada tahapan ini setting tidak bisa diubah kecuali pada fokus penelitian nya diubah.
- Pengumpulan Data, Pengelolaan Data, dan Analisis Data
 - Pada tahapan ini si peneliti akan mengumpulkan data yang ada di lapangan dan si peneliti akan mengumpulkan data sebanyak-banyak nya dan mengumpulkan data yang sangat penting dan diperlukan. Peneliti akan mengelolah data yang sudah dikumpulkan , menganalisis data yang sudah terkumpul, sehingga penelitian yang di lakukan benar-benar sesuai dengan yang diinginkan. Ketika peneliti merasa ada data yang kurang peneliti

akan langsung terjun kelapangan untuk mengambil, mengumpulkan data penelitian yang dirasa perlu untuk dikumpulkan data penelitiannya.

- Penyajian Data

- Pada prinsip penyajian data adalah membagi pemahaman kita terhadap suatu hal pada orang lain. Biasanya penyajian data berupa uraian-uraian kalimat atau kata-kata dan tidak berupa statistic atau angka. Peneliti akan menyaikan data yang sesuai dengan pengambila data-data yang ada dilapangan setelah melewati masa pengelolaan data.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

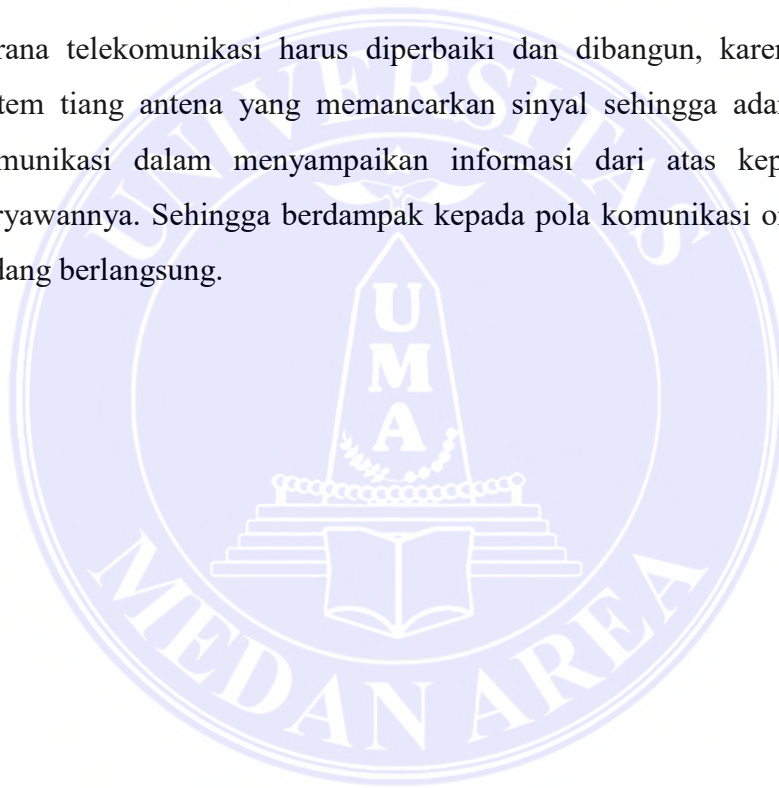
A. KESIMPULAN

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi yang terjadi di dalam perusahaan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau) adalah pola komunikasi *All Channel* atau pola komunikasi semua saluran. Dimana semua anggota bisa berinteraksi atau menyampaikan pesan sesama anggota, dan anggota tersebut bisa berkomunikasi dengan atasan atau bawahan, tanpa adanya struktur organisasi atau peraturan tatanan komunikasi yang diterapkan.
2. Adanya peran pola komunikasi organisasi dalam pembentukan budaya perusahaan tersebut yaitu :
 - a. Sebagai Identitas Suatu Perusahaan, di mana Pada Perusahaan PT. Gunung Bangau (Kebun Gunung Bangau) mempunyai identitas organisasi yaitu sebagai perusahaan penghasil buah tandan kelapa sawit dan juga sebagai pendistribusian buah kelapa sawit kepada mitra kerja sama perusahaan tersebut.
 - b. Sebagai Penyelesaian Suatu Konflik, di mana ketika perusahaan tersebut mengalami konflik internal, maka atasan mengambil keputusan dalam menyelesaikan persoalan yang sedang terjadi, dan itu merupakan budaya organisasi yang sering dilakukan,
 - c. Sebagai Komitmen Perusahaan/Anggota Organisasi dimana budaya organisasi di perusahaan PT. Gunung Bangau juga memiliki rasa komitmen yang sangat tinggi terhadap organisasi atau perusahaan yang dijalankan. Budaya organisasi sangat memengaruhi kinerja perusahaan. Tidak hanya itu saja, tetapi juga memengaruhi kinerja anggota yang ada di dalam perusahaan tersebut. Budaya organisasi sangat memfasilitasi kebutuhan perusahaan, dan memfasilitasi komitmen anggota organisasi dan kelompok kerjanya.

- d. Sebagai Motivasi, dimana Perusahaan tersebut juga memberikan motivasi kerja untuk meningkatkan kinerja dan kualitas kinerja yang sangat bagus. Bentuk motivasi kerja yang diberikan perusahaan PT. Gunung Bangau kepada para karyawannya berbentuk premi. Premi bisa berbentuk apa saja yaitu, premi bulanan, premi asuransi, premi kehadiran, premi intensif. Dengan motivasi yang diberikan oleh perusahaan diharapkan dapat mencapai tujuan dari organisasi atau perusahaan yang diharapkan.

B. SARAN

1. Sarana telekomunikasi harus diperbaiki dan dibangun, karena belum ada sistem tiang antena yang memancarkan sinyal sehingga adanya gangguan komunikasi dalam menyampaikan informasi dari atas kepada bawahan karyawannya. Sehingga berdampak kepada pola komunikasi organisasi yang sedang berlangsung.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ahmad ,Aihabudin. 2011. *Komunikasi Lintas Budaya*. Bumi Aksara. Jakarta
- Ahmadi, Rulam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Kencana. Jakarta
- Arief Subyantoro dan FX. Suwanto. 2007. *Metode & Teknik Penelitian Sosial*. Andi. Yogyakarta
- Bagoes Mantra Ida,. Maret 2004. *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Pustaka Belajar. Yogyakarta
- Bagong Suryanto dan Sutinah. 2014. *Metode Penelitian Sosial*. Kencana. Jakarta
- Bungin Burhan H. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Kencana. Jakarta
- Edy, Sutrisno H. 2010. *Budaya Organisasi*. Kencana. Jakarta
- M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. AR-RUZZ MEDIA. Yogyakarta
- Moehar, Daniel. 2002. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Musa Hubeis, dkk. 2012. *Komunikasi Profesional*. Kampus IPB Press. Bogor
- Riani, Laksmi Asri. 2011. *Budaya Organisasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Wibowo. 2010. *Budaya Organisasi*. Rajawali Pers (RajaGrafindo persada). Jakarta

Jurnal :

- Fidderman Gori, & Prietsaweny Rt Simamora. (2020). *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Kepala Desa Marao Kecamatan Uluoyo Kabupaten Nias Selatan*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(2), 117.
- Hasanah, H. (2016). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. *Jurnal At-Taqaddum*, 8(1), 26.
- Hutapea, J. T. (2021). *Strategi Komunikasi Guru Sekolah Minggu HKBP Karawang Dalam Meningkatkan Kepedulian Anak Pada Pelestarian Budaya Batak*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 192–193.
- Lubis, F. W. (2008). *Peranan Komunikasi Dalam Organisasi*. *Jurnal Harmoni Sosial*, 2, 53.

Skripsi :

- Amalia, I. R. (2019). *Peran Guru Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Mengembangkan Moral Feeling Peserta Didik (Studi Kasus di SMK ICB CINTA WISATA BANDUNG)*. *SKRIPSI*. Universitas Pasundan.

- Doly, M. (2020). *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Metro TV SUMUT*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fransiska, Y. (2020). *Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Labuhanbatu Utara*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kholiq, Muzawwir. 2010. *Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Islam Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Ridwan, Mohammad. 2020. *Budaya Organisasi Pada Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Sumanjaya, V. S. (2021). *Pola Komunikasi Organisasi Pengurus Organisasi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Sumatera Utara*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Yarosca, Taufandy Elham. 2016. *Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan LPP RRI Surakarta (Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Republik Indonesia Surakarta)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Yuliani, Dwi Titis. 2015. *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Membentuk Budaya Perusahaan Di Clothing Company (Studi pada Manager dan Karyawan di Inspired27 Store Malang)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
- Zen, G. A. (2017). *Pola Komunikasi Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pada Pedagang Lansia Di Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya

LAMPIRAN



Lokasi Penelitian



Tempat Lapangan Kerja Perusahaan PT. GUNUNG BANGAU



Dokumentasi Bersama Informan Penelitian

Surat Telah Selesai Penelitian/Riset

