

**PERANAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN
EFISIENSI KERJA PADA PT. CITRA ROBIN SARANA
DISKI DELI SERDANG**

Oleh:

Maryani

NPM : 97 830 0370



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 2**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

**Judul Skripsi : PERANAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF
DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI
KERJA PADA PT. CITRA ROBIN SARANA
DISKI DELI SERDANG**

Nama Mahasiswa : MARYANI

No. Stambuk : 97 830 0370

Jurusan : MANAJEMEN

**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

Pembimbing II


(Drs. H. MIFTAHUDDIN, MBA)


(H. SYAHRIANDY, SE.MSi.)

Ketua Jurusan

Mengetahui :

Dekan


(Drs. MUSLIM WIJAYA, MSi)


(Drs. RASDIANTO, MS, Ak)

Tanggal Lulus : 23 Mei 2002

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

RINGKASAN

MARYANI, PERANAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI KERJA PADA PT. CITRA ROBIN SARANA DISKI DELI SERDANG, (Di bawah bimbingan Bapak Drs. H. MIFTAHUDDIN, MBA., sebagai Pembimbing I, dan Bapak H. SYAHRIANDY, SE.MSi, sebagai Pembimbing II).

Komunikasi merupakan saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan mempertinggi motivasi, perantara dan sarana yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan, tertulis maupun dengan isyarat saja, dimana sangat diperlukan dalam rangka melaksanakan tugas dan melaksanakan kerja di masing-masing bagian.

Komunikasi yang baik adalah komunikasi dua arah. Akan tetapi dalam organisasi sering terjadi komunikasi melalui penengah atau perantara, sehingga terjadi komunikasi tidak langsung.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang, ditemukan masalah yang dihadapi perusahaan yaitu : Sistem komunikasi dua arah yang diterapkan

perusahaan belum berjalan sebagaimana diharapkan, sehingga efektivitas dan efisiensi kerja tidak tercapai.

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan dua macam penelitian yaitu penelitian Kepustakaan (Library research) dan penelitian Lapangan (Field research) yaitu penelitian lapangan dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, interview dan questionere yang berhubungan dengan objek penelitian.

Sebagai bahan untuk dianalisis dalam masalah yang diteliti ini adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis deduktif.

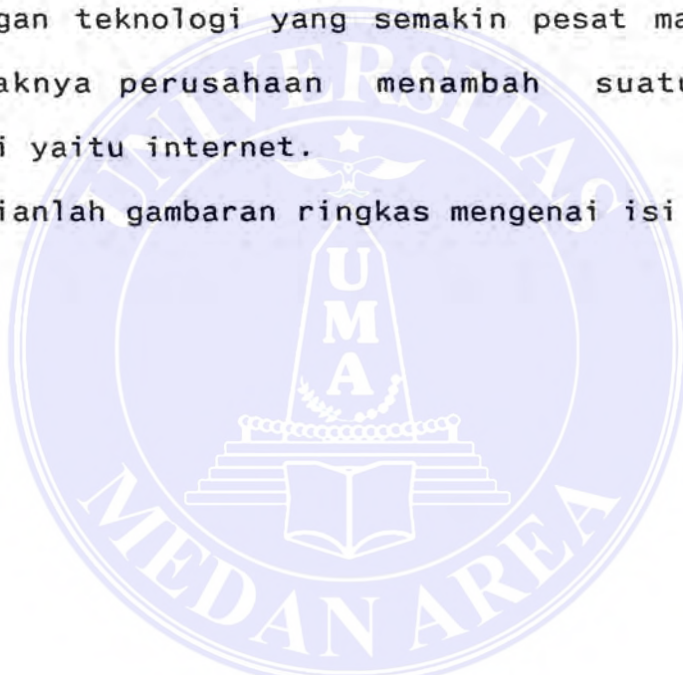
Kesimpulan penulis dari penelitian ini yaitu :

1. Komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan sudah baik, dimana dapat dilihat telah terciptanya efektivitas dan efisiensi kerja di perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh sistem komunikasi dan alat-alat yang dimiliki perusahaan.
2. Sistem komunikasi yang diterapkan perusahaan sudah memadai, dimana dalam pelaksanaan sistem komunikasi tersebut berjalan dengan baik. Dengan kata lain didalam melaksanakan terdapat komunikasi timbal balik (dua arah). Selain itu perusahaan juga melakukan komunikasi yang baik dengan pihak luar, hal ini dilakukan untuk kemajuan perusahaan.

Saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. PT. Citra Robin Sarana Disko telah menjalankan komunikasi dengan baik, namun untuk meningkatkan kemajuan perusahaan hendaknya sistem komunikasi yang sudah berjalan selama ini lebih ditingkatkan lagi dengan jalan menambah jenis komunikasi yaitu komunikasi diagonal.
2. Alat komunikasi yang dimiliki perusahaan sebenarnya sudah cukup memadai, namun disebabkan karena perkembangan teknologi yang semakin pesat mau tidak mau hendaknya perusahaan menambah suatu alat komunikasi yaitu internet.

Demikianlah gambaran ringkas mengenai isi skripsi ini.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	4
F. Metode Analisis	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian, Tujuan Dan Jenis-jenis Komunikasi	7
B. Pengertian dan Peranan Efisiensi .	15
C. Manfaat Dan Media Komunikasi	19
D. Ciri-ciri Komunikasi Yang Baik Secara Lisan dan Tulisan	23

BAB III : PT. CITRA ROBIN SARANA DISKI	
A. Gambaran Umum Perusahaan	30
B. Sistem Komunikasi Yang Diterapkan.	36
C. Penggunaan Alat Yang Digunakan Dalam Mekanisme Komunikasi Di Perusahaan	40
D. Hubungan Komunikasi Dengan Efektivi- vitas Dan Efisiensi Kerja	42
E. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi Dalam Komunikasi Dan Cara Mengata- sinya	45
BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI	50
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. S a r a n	59
DAFTAR PUSTAKA	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Setiap perusahaan mengharapkan organisasinya berjalan lancar dan baik. Untuk menjaga agar organisasi perusahaan itu dapat berjalan lancar dan baik, maka diperlukan antara lain alat penghubung antar bagian dalam organisasi yaitu komunikasi. Oleh sebab itu setiap organisasi, baik dalam bentuk apapun dan apa tujuannya adalah dibantu, disatukan dan melakukan fungsinya melalui proses komunikasi.

Komunikasi merupakan saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan mempertinggi motivasi, perantara dan sarana yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan, tertulis maupun dengan isyarat saja, di mana sangat diperlukan dalam rangka melaksanakan tugas dan melaksanakan kerja di masing-masing bagian.

Komunikasi yang baik adalah komunikasi dua arah. Akan tetapi dalam organisasi sering terjadi komunikasi melalui penengah atau perantara, sehingga terjadi komunikasi tidak langsung. Misalkan suatu perintah menurut prinsip organisasi harus mengalir dari atas ke bawah melalui rantai-rantai komando. Demikian juga pertanggung jawaban dari bawah ke atas akan naik melalui

jenjang rantai komando, sehingga prinsip akan mempengaruhi ketetapan dari komunikasi dan penugasan yang disampaikan. Sedangkan komunikasi satu arah sering mengalami kesukaran, komunikasinya harus disusun dan direncanakan sedemikian rupa agar penerima cukup jelas. Dalam hal ini arti komunikasi lebih luas dari pada hanya sekedar bertukar informasi atau menyampaikan kata yang menimbulkan hubungan timbal balik.

PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang adalah sebuah perusahaan industri Sprayer (alat penyemprot hama tanaman), yang dalam melaksanakan aktivitasnya tentunya memerlukan komunikasi yang tepat dalam meningkatkan efisiensi kerja perusahaan. Dipilihnya perusahaan tersebut sebagai objek penelitian, karena dianggap cukup memadai. Berdasarkan alasan tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih judul : "PERANAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI KERJA PADA PT. CITRA ROBIN SARANA DISKI DELI SERDANG".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan penulis pada PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang, ditemukan masalah yang dihadapi perusahaan adalah sebagai berikut:

"Sistem komunikasi dua arah yang diterapkan perusahaan belum berjalan sebagaimana diharapkan, sehingga efektivitas dan efisiensi kerja tidak tercapai".

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

C. Hipotesis

"Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu soal yang dimaksud sebagai tuntunan sementara dalam penyelidikan untuk memberikan jawaban yang sebenarnya". 1)

Berdasarkan rumusan di atas penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

"Jika komunikasi dua arah diterapkan dengan baik, maka efektivitas dan efisiensi kerja dapat ditingkatkan".

D. Luas Dan Tujuan Penelitian

Karena terbatasnya biaya, waktu dan kemampuan maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian hanya berkenaan dengan peranan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi kerja karyawan PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses komunikasi yang dijalankan perusahaan.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dialami perusahaan dalam berkomunikasi.

1). Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik, Edisi VIII, Penerbit Pustaka, Bandung, 1995, hal. 39.

3. Dari hasil penelitian ini diharapkan ada sumbang saran bagi perusahaan terutama dalam mengatasi masalah komunikasi dalam meningkatkan efisiensi kerja karyawan.

E. Metode Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis mempergunakan dua metode penelitian, yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research), yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data yang bersumber dari bahan-bahan kepustakaan berupa buku-buku ilmiah/literatur, majalah ilmiah serta laporan hasil penelitian lainnya yang ada kaitannya degan materi penelitian. Data yang diperoleh berupa data sekunder.
2. Penelitian Lapangan (Field Research) adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke objek penelitian, dalam hal ini PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang. Data yang diperoleh melalui penelitian ini disebut data primer.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Pengamatan (Observation) yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

- b. Wawancara (Interview) yaitu dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang berwenang dalam perusahaan untuk memberikan data dan informasi sesuai dengan materi pembahasan.
- c. Daftar pertanyaan (Questionnaire), yaitu dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada pimpinan perusahaan agar diperoleh jawaban secara tertulis.

F. Metode Analisis

Untuk menganalisis data dan informasi yang diperoleh, penulis menggunakan dua metode analisis, yaitu :

1. Metode Analisis Deskriptif

Melalui metode ini data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis kemudian diinterpretasikan sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

2. Metode Analisis Deduktif

Yaitu suatu metode yang bertolak dari kesimpulan umum berupa teori yang secara umum telah diterima sebagai suatu kebenaran, selanjutnya menuju kepada kesimpulan khusus berupa fakta yang berlaku dalam kenyataannya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Dari hasil analisis di atas dapat diambil suatu kesimpulan, kemudian menyusun saran yang berguna untuk pemecahan masalah komunikasi yang dihadapi oleh perusahaan.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian, Tujuan dan Jenis-Jenis Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari perkataan *comunicare*, yaitu yang didalam bahasa latin mempunyai arti berpartisipasi atau memberitahukan. Sedangkan perkataan *communis* berarti milik bersama atau berlaku dimana-mana. Maka apabila dua orang melaksanakan komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan berjalan atau berlangsung dengan baik selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.

Berikut ini dikutip pengertian komunikasi dari beberapa ahli :

"Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara dua orang atau lebih melalui sistem simbol-simbol, isyarat-isyarat dan perilaku yang sudah lazim ". 2)

"Komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna. Atau lebih jelasnya komunikasi adalah suatu pemindahan atau penyampaian informasi mengenai fikiran dan perasaan-perasaan." 3)

2) Abdillah Hanafi, Memahami Komunikasi Antar Manusia, Edisi II, Cetakan Ketiga, Penerbit Usaha Nasional, Surabaya, 1993, hal. 7.

3) James G. Robin dan Barbara S. Jones, Effective Communication For Manager, (Komunikasi Yang Efektif Untuk Pimpinan Usahawan,) , Edisi III, Terjemahan R. Turman Sirait, Jilid Tiga, Penerbit Tulus Jaya, Jakarta, 1991, hal. 11.

Dari uraian di atas terlihat adanya cara menyampaikan maksud, yaitu dengan cara merumuskan komunikasi sebagai tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampian atau pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol yang mengandung arti atau makna. Artinya perbuatan atau kegiatan menyampaikan suatu gagasan atau informasi dari seorang kepada orang lain, jelasnya adalah pemindahan atau penyapaian informasi mengenai pikiran, perasaan, fakta-fakta dan lain-lain melalui suatu proses.

Terlihat bahwa komunikasi merupakan suatu bagian sentral dari segala sesuatu yang kita lakukan. Banyak problema yang menyangkut orang dan golongan akan dapat ditelusuri dan ditemukan sebagaimana atau seluruhnya dengan adanya komunikasi yang baik. Berhasil tidaknya interaksi antar manusia adalah sebagai akibat langsung dari kesanggupan atau ketidaksanggupan manusia untuk berkomunikasi.

Tanpa komunikasi, maka tidak akan ada interaksi antar perseorangan, tidak ada kelompok, tidak ada pemerintah bahkan tidak ada masyarakat seperti yang kita kenal dewasa ini. Oleh karena itu komunikasi adalah

UNIVERSITAS MEDAN AREA

suatu kegiatan atau usaha untuk mengadakan kesamaan.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

2. Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan saluran untuk melakukan pengaruh, mekanisme perubahan, alat yang mengarahkan, mengkomandokan agar, mendorong dan mempertinggi motivasi perantara dan sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Untuk itu pimpinan perusahaan melakukan komunikasi untuk menjaga perusahaan agar tetap berjalan lancar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan, sehingga dalam suatu organisasi di mana komunikasi berjalan lancar dengan baik, maka kemungkinan pertentangan akan berkurang.

Dalam suatu organisasi komunikasi merupakan alat penting guna menciptakan kerjasama. Komunikasi akan memungkinkan setiap anggota organisasi untuk saling membantu melalui pengarahan, saling mengadakan interaksi dan saling mempengaruhi melalui perintah hingga organisasi tersebut beraktivitas.

Tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Pengambilan keputusan atau laporan akan lebih cepat terlaksana.
- b. Tujuan perusahaan akan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.
- c. Hubungan kerja antar karyawan akan lebih harmonis.4)

4) Anwar Arifin, Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar Ringkas, Edisi I, Cetakan Keempat, Penerbit Pers Rajawali, Jakarta, 1995, hal. 15.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

3. Jenis-Jenis Komunikasi

Sesungguhnya komunikasi bukan hanya multi makna dan multi definisi, tetapi cara membaginyapun juga ternyata bermacam-macam. Untuk memahami taksonomi (klasifikasi) komunikasi, maka kita dapat melacak pada awal pertumbuhannya sebagai ilmu.

Jenis-jenis komunikasi terdiri dari :

- "a. Komunikasi formal dan informal.
- b. Komunikasi tertulis dan lisan.
- c. Komunikasi verbal dan non verbal.
- d. Komunikasi satu arah dan dua arah.
- e. Komunikasi yang efisien, yang efektif dan baik." 5)

ad.a Komunikasi formal dan informal

Komunikasi formal secara sistematis menyampaikan sejumlah informasi kepada anggota-anggota organisasi sesuai jabatan-jabatan mereka. Ini membantu menjamin anggota organisasi menerima dan menyampaikan informasi yang berhubungan dengan tanggungjawab pekerjaan mereka.

Komunikasi informal timbul karena saluran-saluran komunikasi formal tidak dapat memenuhi dengan cukup semua kebutuhan informasi dari anggota-anggotanya. Saluran-saluran informal, yang sering juga disebut grapevine, dapat merupakan pelengkap yang efektif dan

5) Erwan Arbie, Pengantar Sistem Informasi Manajemen, Edisi II, Cetakan Keempat, Penerbit Bina Universitas Medan Area, Bandung, 1995, hal. 125.

yang diperlukan bagi sistem komunikasi formal, sementara juga melayani kebutuhan-kebutuhan sosial dari individu dalam organisasi.

ad.b. Komunikasi tertulis dan lisan

Media komunikasi tertulis dan lisan mempunyai ciri-ciri yang menguntungkan dan yang tidak akibatnya, keduanya sering sama-sama digunakan dapat melengkapi yang lain. Lagi pula, alat bantu visual dapat digunakan untuk menambah baik komunikasi tertulis maupun komunikasi lisan. Misalnya kuliah dalam kursus pelatihan manajemen dapat dibuat menjadi lebih efektif dengan menggunakan transparan dan film.

Komunikasi tertulis mempunyai keuntungan memberikan catatan-catatan dan referensi-referensi yang resmi. Kita dapat mempersiapkan pesan-pesan dengan cermat dan menyampaikannya kepada banyak orang melalui per pos. Komunikasi tertulis dapat juga meningkatkan keseragaman dalam kebijaksanaan dan prosedur dan dalam beberapa hal dapat mengurangi biaya.

Sebagian besar informasi dikomunikasikan secara lisan. Suatu studi menemukan bahwa 70 % responden menyatakan bahwa atasan mereka memberikan 75% pekerjaan secara lisan. Komunikasi lisan dapat berupa pertemuan tatap muka dari dua orang atau seorang manajer menghadapi banyak pendengar, komunikasi ini dapat formal atau informal dan dapat terencana atau tidak.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

ad.c. Komunikasi verbal dan nonverbal

Verbal berarti melalui penggunaan kata-kata, baik tertulis maupun lisan. Tepatnya para pakar pidato dan penulis akan menghadiri penggunaan kata verbal apabila yang mereka maksudkan adalah lisan. Lisan atau diucapkan menunjukkan komunikasi berbicara, tertulis menunjukkan tugas-tugas penulis.

Komunikasi verbal dapat berupa :

- 1) Kontak atau hubungan tatap muka.
- 2) Wawancara.
- 3) Konsultasi bersama.

Non verbal artinya tanpa penggunaan kata-kata. Orang-orang tidak henti-hentinya menyampaikan pesan non verbal melalui gerakan badan, penampilan, bau harum, pakaian, pakaian seragam, ekspresi wajah, barang-barang perhiasan, mobil dan bermacam-macam simbol isyarat dan perilaku lain.

Komunikasi nonverbal diharapkan dapat membantu komunikasi verbal. Akan tetapi hal ini tidak selalu demikian. Misalnya, seorang manajer otokratik memukul-mukul meja dengan kepalan tangannya, sementara ia

menyampaikan bahwa sejak itu dipraktekkan manajemen

partisipatif. Demikian pula manajer yang menyatakan bahwa ia mempunyai kebijaksanaan pintu terbuka, tetapi sekretarisnya menyaring dengan cermat orang-orang yang ingin bertemu dengan kepala. Jelasnya komunikasi nonverbal dapat membantu atau membantah komunikasi lisan, memberikan reaksi terhadap pepatah yang mengatakan : tindakan-tindakan sering berbicara lebih keras dari pada kata-kata.

ad.d) Komunikasi satu arah dan dua arah.

Komunikasi satu arah meniadakan fasilitas untuk mencari penjelasan, pembenaran dan sebagainya. Komunikasi satu arah hanya menjamin penyampaian pesan. Suatu contoh yang paling umum adalah suatu perintah dalam pasukan. Komunikator demikian menunjukkan suatu kasus komunikasi satu arah yang ekstrim. Demikian pula, pemasangan iklan selalu menunjukkan suatu komunikasi satu arah.

Komunikasi dua arah mempunyai sistem umpan balik yang melekat. Komunikasi ini menjamin bahwa informasi, penjelasan dan lain-lain diberikan lebih lanjut. Contoh : seminar, kelompok partisipatif.

Dari uraian di atas mengenai komunikasi satu arah dan dua arah tersebut jelas bahwa komunikasi satu arah

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Access From (Repository.uma.ac.id)17/7/24

terjadi apabila pengirim mengadakan komunikasi tanpa mengharapkan atau mendapatkan umpan balik dari penerima, sedangkan komunikasi dua arah terjadi apabila penerima memberikan umpan balik kepada pengirim.

ad.e) Komunikasi yang efisien, yang efektif dan yang baik

Komunikasi yang efisien berusaha untuk mengurangi sebanyak-banyaknya waktu dan biaya dalam usaha pertukaran informasi seluruhnya. Biaya dapat berupa uang, tidak lagi menerima bantuan, dan banyaknya tenaga dan usaha yang digunakan dalam mengadakan komunikasi. Komunikasi dapat dikatakan efisien apabila pesan yang disampaikan melalui suatu saluran adalah lebih murah daripada melalui saluran-saluran lain.

Komunikasi yang efektif mengandung pengiriman dan penerimaan informasi yang paling cermat, pengertian pesan yang mendalam oleh kedua pihak dan pengambilan tindakan yang tepat terhadap penyelesaian pertukaran informasi. Seorang profesor dapat juga mengumumkan angka-angka tersebut di dalam kelas memanggil mereka satu persatu dan membicarakan secara sungguh-sungguh hasil ujian. Ini merupakan metode yang paling sedikit

UNIVERSITAS MEDAN AREA tentu saja pembicaraan perseorangan,

penjelasan dan pertukaran antara profesor dan mahasiswa akan merupakan komunikasi yang paling efektif dipandang dari sudut hubungan pengajaran dan pengembangan.

Beberapa hal yang diperlukan untuk komunikasi yang efektif adalah sebagai berikut :

- a) Penerangan ringkas yang cukup dari penerima.
- b) Penggunaan bahasan yang sesuai.
- c) Kejelasan.
- d) Penggunaan media yang tepat.

Komunikasi yang baik terjadi apabila pengertian penerima sesuai dengan maksud yang diinginkan oleh pengirim. Dalam komunikasi yang baik pengertian merupakan sasaran yang dicapai.

B. Pengertian dan Peranan Efisiensi

1. Pengertian Efisiensi

Suatu pekerjaan dapat dikatakan efisien apabila dengan pengorbanan tersebut dapat memberikan hasil yang maksimal di bidang mutu maupun jumlah satuan hasil. Jadi hasil yang maksimal dalam setiap pekerjaan tergantung pada cara kerja yang efisien. Berkat usaha berkomunikasi efektif yang dilakukan pimpinan terhadap para karyawan maka akan mencapai hasil yang optimal.

Manajemen yang baik adalah manajemen yang dapat mengorganisir dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan tujuan untuk mencapai dan memelihara tingkat operasi yang efektif. Penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan perusahaan akan menciptakan kesesuaian kerja. Pendelegasian wewenang dan tanggungjawab serta komunikasi yang baik dapat mempertinggi tingkat efisiensi.

Berikut ini penulis menyajikan pengertian efisiensi menurut beberapa ahli, yaitu:

"Efisiensi adalah perbandingan terbaik antara usaha dengan hasilnya. Efisiensi pekerjaan adalah perbandingan yang terbaik antara kerja dengan hasil yang dicapai oleh masyarakat itu."⁶

"Efisiensi adalah perbandingan yang positif antara hasil yang dicapai dengan masukan yang dipergunakan. Artinya sesuatu tugas efisien dalam penyelenggaraannya apabila hasil kerja yang diperoleh lebih besar daripada pengorbanan yang diberikan dalam bentuk penggunaan sumber daya dan dana, termasuk sumber daya insani."⁷

6) Komaruddin, Manajemen Kantor Teori dan Praktek, Edisi II, Cetakan Ketiga, Penerbit Sinar Baru, Bandung, 1991, hal.79.

7) Sondang P. Siagian, Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi, Edisi II, Cetakan Keenam, Penerbit Gunung Agung, Jakarta, 1993, hal. 149.

Dengan perkataan lain, tidak ada organisasi yang tidak dihadapkan kepada suasana kelangkaan. Seperti diketahui sumber daya dan dana yang dipergunakan oleh organisasi adalah :

a. Waktu

Barangkali dapat dikatakan bahwa salah satu sumber yang paling langka dalam kehidupan organisasi adalah waktu. Alasan yang mengatakan demikian adalah karena hakekat waktu itu. Waktu merupakan sumber yang sama sekali tidak dapat diperbaharui, dan sekali ia berlalu untuk selama-lamanya dan tidak akan pernah kembali lagi.

b. Tenaga manusia

Tidak dapat disangkal pula bahwa tenaga manusia atau sumber daya insani merupakan sumber terpenting dimiliki suatu organisasi. Karena sifatnya sebagai sumber yang maha penting, logis apabila dalam rangka peningkatan efisiensi kerja, perhatian utama ditujukan kepada sumber ini. Sorotan perhatian tidak boleh hanya ditujukan kepada pemanfaatannya secara maksimal, akan tetapi juga pengembangan, pelakunya dan estafet penggantinya.

c. Modal

Di zaman sekarang ini tidak ada organisasi yang bisa hidup tanpa sumber dana. Dana merupakan suatu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

kenyataan, bahwa hampir semua organisasi dihadapkan

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

kepada keterbatasan sumber dana. Keterbatasan tersebut seyogyanya merupakan dorongan utama untuk bekerja secara sistematis karena memang sukar untuk membayangkan adanya alasan kuat yang membenarkan cara kerja yang boros.

d. Sarana dan prasarana kerja

Yang dimaksud dengan sarana dan prasarana kerja di sini adalah segala jenis peralatan yang dimiliki oleh organisasi dan dipergunakan untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam rangka megemban misi orgaisasi yang bersangkutan. Mungkin sukar untuk menyangkal pendapat bahwa setiap organisasi dihadapkan kepada kelangkaan sarana dan prasarana yang diperlukannya. Dengan demikian, akal sehat memberikan petunjuk bahwa sarana dan prasarana yang tersedia itu mutlak perlu dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga manfaat yang sebesar-besarnya dipetik daripadanya.

2. Peranan Efisiensi

Di zaman organisasi modern sekarang ini selalu menekankan pentingnya orientasi efisiensi dalam menjalankan roda organisasi. Dasar pemikiran utama untuk mendorong peningkatan efisiensi secara terus-menerus adalah suasana kelangkaan yang dihadapi oleh setiap organisasi dalam semua segi, sumber daya dan dana.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 Kenyataan Kelangkaan itulah yang menyebabkan semua

Document Accepted 17/7/24

© 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

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

organisasi untuk selalu mengambil berbagai langkah yang diperlukan sehingga berbagai jenis dan penyebab pemborosan diusahakan untuk dihilangkan atau paling sedikit dikurangi. Memang tidak ada alasan apapun yang dapat dipertanggungjawabkan yang membenarkan suatu organisasi bekerja dengan boros.

Untuk mengatasi pemborosan biaya, maka diperlukan cara kerja yang efisien. Cara kerja efisien adalah cara yang dengan tanpa sedikitpun mengurangi hasil yang hendak dicapai seperti :

- a. Cara termudah.
- b. Cara teringan.
- c. Cara tercepat.
- d. Cara terpendek jaraknya.8)

Cara kerja yang efisien dilakukan pada suatu organisasi dapat tercapainya hasil yang dikehendaki. Jadi hasil maksimal dalam setiap pekerjaan tergantung dari cara bekerja yang efektif.

C. Manfaat dan Media Komunikasi

1. Manfaat Komunikasi

Organisasi pada umumnya mempunyai tujuan yang diwujudkan dalam perusahaan guna melancarkan proses

8) Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunnikasi Teori Dan Praktek, Edisi II, Cetakan Kelima, Penerbit Remaja UNIVERSITAS MEDAN AREA, 1994, hal. 125.

kegiatan dari manajemennya. Tetapi berhasil tidaknya pencapaian tujuan dan proses manajemennya tersebut didukung oleh adanya proses komunikasi yang berjalan lancar. Untuk itu pimpinan perusahaan harus dapat berkomunikasi secara efektif dengan semua anggota organisasi agar operasi perusahaan dapat berjalan lancar dan memberi keuntungan bagi perusahaan. Dalam suatu organisasi di mana komunikasi berjalan lancar, maka kemungkinan pertentangan akan berkurang.

Manfaat komunikasi di dalam perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Komunikasi merupakan proses di mana fungsi fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan agar dapat dicapai.
- b. Menimbulkan rasa kesetiakawanan dan loyalitas antara bawahan dengan atasan, bawahan dengan bawahan, karena supervisi yang jelas dan mantap.
- c. Meningkatkan kegairahan dan motivasi kerja pegawai.
- d. Dengan menggunakan komunikasi sebagai alat koordinasi dan pengendalian, para pimpinan dapat mengetahui keadaan bidang yang menjadi tugasnya sehingga akan berlangsung pengendalian operasional yang efisien.
- e. Dengan komunikasi semua pegawai dapat mengetahui kebijakan, peraturan-peraturan, ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh pimpinan. 9)

Tidaklah berlebihan bila dikatakan bahwa manfaat komunikasi merupakan sarana memadukan aktivitas-

9) Moekijat, Teori Komunikasi, Edisi I, Cetakan Pertama, Penerbit Mandar Maju, Bandung, 1993, hal. 81.

aktivitas yang terorganisasi. Komunikasi juga sarana untuk memproduktifkan informasi dan sarana memodifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan untuk mencapai tujuan.

2. Media Komunikasi

Untuk penyampaian informasi dibutuhkan media komunikasi dan dapat digolongkan sebagai berikut :

- "a. Cara lisan
- b. Cara tulisan".10)

ad.a. Cara lisan.

Umumnya dengan cara bahasa lisan melakukan komunikasi dalam organisasi yang disampaikan melalui :

- 1) Pemberitaan lisan.
- 2) Wawancara.
- 3) Pidato.
- 4) Pembicaraan melalui telepon, handphone, intercom, radio komunikasi (radio CB).
- 5) Pertemuan-pertemuan departemen.
- 6) Rapat kerja, yaitu dengan cara konferensi, pertemuan massa, pertemuan departemental.

ad.b. Cara tertulis

Media komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan informasi ini adalah :

10) Phil Astrid S. Susanto, Komunikasi Dalam Universitas Medan Area Edisi IV, Jilid I, Penerbit Bina Cipta Bandung 1991, hal. 157.

- 1) Perintah dengan penjelasan tertulis.
- 2) Brosur, surat edaran, selebaran dan poster.
- 3) Warta harian perusahaan, majalah perusahaan.
- 4) Papan pengumuman.
- 5) Buku pedoman perusahaan.
- 6) Buku yang memuat tentang produk, jasa penjualan dan bahan-bahan untuk dipamerkan.
- 7) Publikasi khusus.

Untuk menghindari kekeliruan dalam penyampaian informasi lebih tepat dipakai cara tertulis, tetapi cara ini lebih lambat dari pada lisan. Di dalam pelaksanaannya komunikasi formal mengikuti rantai perintah organisasi formal, sebab komunikasi formal berjalan menurut garis kekuasaan baik secara vertikal atau komunikasi dari atas ke bawah serta dari bawah ke atas dan horizontal atau komunikasi yang setaraf dalam tingkat yang sama. Sedangkan komunikasi informal berbentuk dalam susunan organisasi formal, oleh karena hubungan sosial yang terdapat di dalam struktur organisasi formal. Komunikasi ini tidak berdasarkan melalui liku-liku disemua tingkat sesuai dengan derajat ikatan batin yang dimiliki oleh anggota-anggota melalui hubungan sosial dari anggota organisasi. Komunikasi informal itu biasanya dilakukan di waktu istirahat minum

kopi, istirahat makan siang atau setelah bekerja. Bagi manajer yang bijaksana, komunikasi informal dapat dipergunakan untuk kepentingan formal organisasi dengan jalan menjaring informasi yang formal.

D. Ciri-Ciri Komunikasi Yang Baik Secara Lisan Dan Tulisan

Ada beberapa hal yang menjadi ciri-ciri komunikasi yang baik secara lisan dan tulisan, yaitu :

1. Komunikasi harus mudah dimengerti.
2. Komunikasi harus lengkap.
3. Komunikasi harus tepat waktu dan tepat sasaran.
4. Komunikasi perlu landasan saling kepercayaan.
5. Komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi.
6. Komunikasi perlu menghindari kata-kata yang kurang enak.
7. Persesuaian dalam komunikasi.11)

ad.1. Komunikasi harus mudah dimengerti

Dengan jalinan pengertian yang dimaksudkan adalah komunikasi yang disampaikan oleh pihak yang satu dan diterima oleh pihak yang lain harus mudah dimengerti. Dengan demikian, maka komunikasi yang disampaikan akan dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diinginkan, sebab apa yang dikomunikasikan tersebut mudah dimengerti. Agar

11) Alex S. Nitisemito, Manajemen Personalialia, Edisi III, Cetakan Keempat, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1993, hal. 241.

komunikasi yang disampaikan mudah dimengerti, maka dalam komunikasi tersebut diperlukan bahasa yang mudah dimengerti oleh penerima komunikasi.

Dengan adanya bahasa yang dimengerti yang dimaksudkan bukan terbatas dalam pengertian seperti bahasa-bahasa Inggris, Prancis, Indonesia dan sebagainya. Pengertian bahasa di sini adalah lebih luas dari pada pengertian bahasa seperti di atas, meskipun baik pemberi komunikasi maupun penerima komunikasi sama-sama mengerti bahasa Indonesia, belum tentu komunikasi tersebut dapat dimengerti, sebab mungkin cara mengemukakan bahasa yang terlalu muluk sehingga sulit dimengerti oleh penerima komunikasi.

Untuk itu agar komunikasi yang disampaikan mudah dimengerti, maka pemberi komunikasi harus tahu kepada siapa komunikasi tersebut disampaikan, dalam arti tingkat pendidikan, kemampuan menerima komunikasi dan sebagainya. Oleh karena itu di dalam menyampaikan komunikasi semakin sederhana bahasa yang dipakai, maka semakin mudah komunikasi tersebut dimengerti.

Apabila komunikasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang muluk-muluk, maka komunikasi yang disampaikan tersebut mungkin hanya dimengerti oleh pihak-pihak tertentu saja. Meskipun demikian tidaklah berarti bahwa komunikasi yang disampaikan harus menggunakan bahasa yang sederhana. Apabila penerima

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

komunikasi mampu menerima komunikasi dengan bahasa yang tidak sederhana, maka cara inipun dapat dilaksanakan. Mungkin dengan cara ini komunikasi yang disampaikan dapat dilakukan lebih singkat.

ad.2. Komunikasi harus lengkap

Selain komunikasi yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh penerima komunikasi, maka komunikasi tersebut harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi. Hal ini perlu sebab meskipun komunikasi tersebut mudah dimengerti tetapi apabila komunikasi tersebut kurang lengkap, maka hal ini akan menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi, sehingga pelaksanaan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Agar komunikasi tidak membingungkan bagi penerima komunikasi, maka komunikasi yang disampaikan harus lengkap. Tetapi lengkap di sini jangan diartikan bahwa komunikasi harus dalam bentuk kata-kata yang panjang, tetapi lengkap melainkan dalam arti lengkap tetapi singkat.

ad.3. Komunikasi harus tetap waktu dan tepat sasaran

Dalam penyampaian komunikasi harus benar-benar diperhatikan, sebab apabila penyampaian komunikasi tersebut terlambat, maka kemungkinan apa yang disampaikan sudah tidak ada manfaatnya lagi. Selain ketepatan waktu,

UNIVERSITAS MEDAN AREA

maka diperlukan ketepatan sasaran yang dituju.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

ad.4. Komunikasi perlu landasan saling kepercayaan

Dengan adanya komunikasi yang baik, dapat diharapkan apa yang dikemukakan akan dapat dimengerti serta diindahkan. Untuk dapat dimengerti dan diindahkan, maka pihak pengirim komunikasi harus tahu siapa yang akan diajak berkomunikasi. Dengan kata lain komunikator harus tahu latar belakang pendidikan, pengalaman, sifat dan sebagainya dari pihak yang akan diajak berkomunikasi.

Komunikasi yang disampaikan tidaklah cukup hanya sekedar lengkap, jelas dan bahasa yang mudah dimengerti. Agar penerima komunikasi tidak hanya dapat mengerti tapi juga mau mengerti, maka komunikasi tersebut harus dilandasi saling kepercayaan.

ad.5. Komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi

Dalam menyampaikan suatu komunikasi, apalagi komunikasi yang harus disampaikan merupakan hal penting yang perlu pengertian secara mendalam, maka faktor situasi dan kondisi yang tepat perlu diperhatikan. Apabila situasi dan kondisi dirasakan kurang tepat, maka komunikasi yang akan disampaikan tersebut dapat ditunda.

Dengan situasi dan kondisi yang kurang tepat, yang dimaksudkan adalah waktu-waktu tertentu di mana

UNIVERSITAS MEDAN AREA

dirasakan penyampaian komunikasi akan kurang mencapai

© 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

sasaran. Penyampaian komunikasi pada saat yang kurang tepat hanya akan menghabiskan energi dan waktu saja, sebab hasil yang diharapkan tidak dapat mencapai sasaran, malahan kadang-kadang penyampaian komunikasi pada situasi dan kondisi yang kurang tepat, dapat menjadi bumerang bagi perusahaan. Untuk itu maka manajer harus mengetahui situasi dan kondisi yang tepat, sehingga komunikasi yang disampaikan dapat mengenai sasaran.

ad.6. Komunikasi perlu menghindari kata-kata yang kurang baik.

Agar komunikasi yang disampaikan dapat dimengerti dan diindahkan, maka perlu dihindarkan kata-kata yang kurang baik. Dengan kata-kata yang kurang enak ini dimaksudkan adalah kata-kata yang dapat menyinggung perasaan bagi penerima komunikasi, meskipun dalam kamus bahasa hal ini tidak salah dan cukup jelas.

Semua kata-kata yang kurang enak didengar bagi penerima komunikasi, yang berarti dapat menyinggung perasaan sedapat mungkin harus dihindarkan, sebab hal itu semua dapat mengganggu komunikasi yang disampaikan. Meskipun komunikasi tersebut telah cukup jelas dan dapat dimengerti maksud dan tujuannya, tetapi karena penerima komunikasi tersinggung oleh beberapa kata-kata, mereka itu lalu cenderung untuk tidak mau mengerti komunikasi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
yang disampaikan tersebut.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Oleh karenanya saat ini banyak perubahan yang telah berusaha menggantikan kata-kata yang kurang enak yang dirasa merendahkan, dengan kata-kata lain yang lebih baik. Apabila hal ini dapat dilaksanakan berarti penggunaan kata-kata dalam komunikasi yang kurang enak dapat dielimir. Sebenarnya dengan kata-kata yang kurang enak ini sangat luas, sehingga dapat menyinggung perasaan.

ad.7. Persesuaian dalam komunikasi

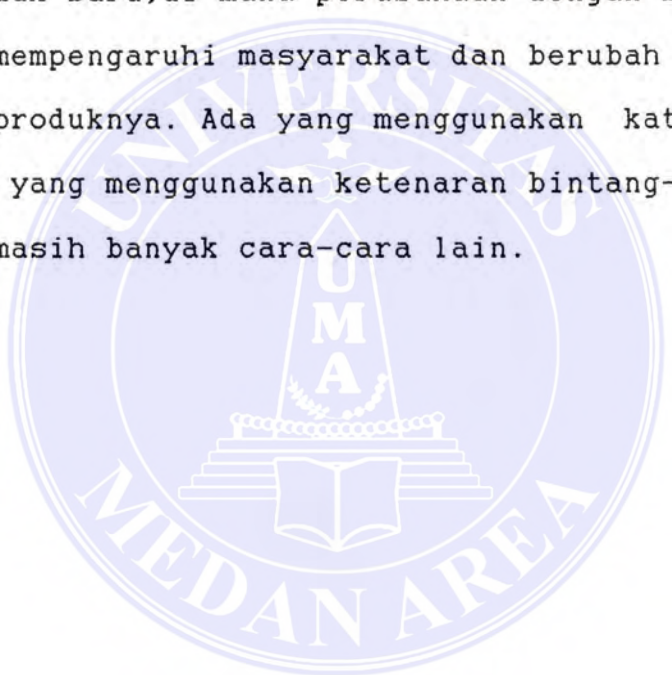
Seringkali manajer harus dapat merubah sikap tingkah laku dan perbuatan dari orang-orangnya sesuai dengan yang diinginkan. Untuk itu dalam melaksanakan komunikasi harus disertai dengan persuasi. Atau dengan kata lain kita memasukkan faktor-faktor sugesti atau rayuan, sehingga apa yang kita inginkan dalam merubah sikap, tingkah laku dan perbuatan dari orang-orang kita dapat mencapai sasaran.

Dalam hal ini adalah bagaimana melakukan persuasi sehingga dapat mencapai bawahan sadar, sehingga tanpa merasa dipaksa mereka akan merubah sikap, tingkah laku dan perbuatan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Memang persuasi ini banyak bersifat semi dan membutuhkan pengalaman dan pengetahuan yang cukup panjang. Dalam

persesuaian yang besar, mungkin menggunakan ahli-ahli

psikologi, karena merubah sikap tingkaah laku dan perbuatan orang-orang tidaklah mudah seperti yang kita bayangkan.

Masalah persuasi hampir sama persoalannya dengan masalah sales promotion dalam usaha melancarkan penjualan produk baru, di mana perusahaan dengan berbagai cara mencoba mempengaruhi masyarakat dan berubah pilihan pada hasil produknya. Ada yang menggunakan kata yang sugestif, ada yang menggunakan ketenaran bintang-bintang terkenal dan masih banyak cara-cara lain.



BAB III

PT. CITRA ROBIN SARANA DI DISKI, KABUPATEN DELI SERDANG

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Citra Robin Sarana Di Diski adalah suatu perusahaan swasta nasional, perusahaan ini berstatus PT. yang lokasinya di Diski, kurang lebih 18 km dari kota Medan. Sedangkan kantor pusatnya berlokasi di Jalan Perniagaan Medan.

Perusahaan ini mula-mula didirikan pada tahun 1979 dengan nama PT. Robin Agricultural Machinery & Co, yang menghasilkan alat-alat penyemprot hama dan tanaman yang umumnya dipergunakan pada perusahaan perkebunan dan pertanian.

Didorong oleh adanya anjuran-anjuran pemerintah untuk menggiatkan pembangunan di sektor perkebunan dan pertanian serta menggalakkan pemakaian barang-barang produksi dalam negeri, maka perusahaan Robin Agricultural Machinery & Co, berusaha untuk mendapatkan lisensi pembuatan barang-barang merek Solo Sprayer dari Jerman Barat selaku pemegang hak patent. Disamping itu untuk memenuhi anjuran pemerintah, tujuan untuk mendapatkan lisensi ini juga mengaktifkan pemakaian modal dalam negeri dan ahli teknologi.

Dengan adanya perbaikan-perbaikan dalam bidang produksi maupun manajemen pada pertengahan 1980 produksi PT. Agricultural Machinery & Co dirubah namanya menjadi PT. Citra Robin Sarana.

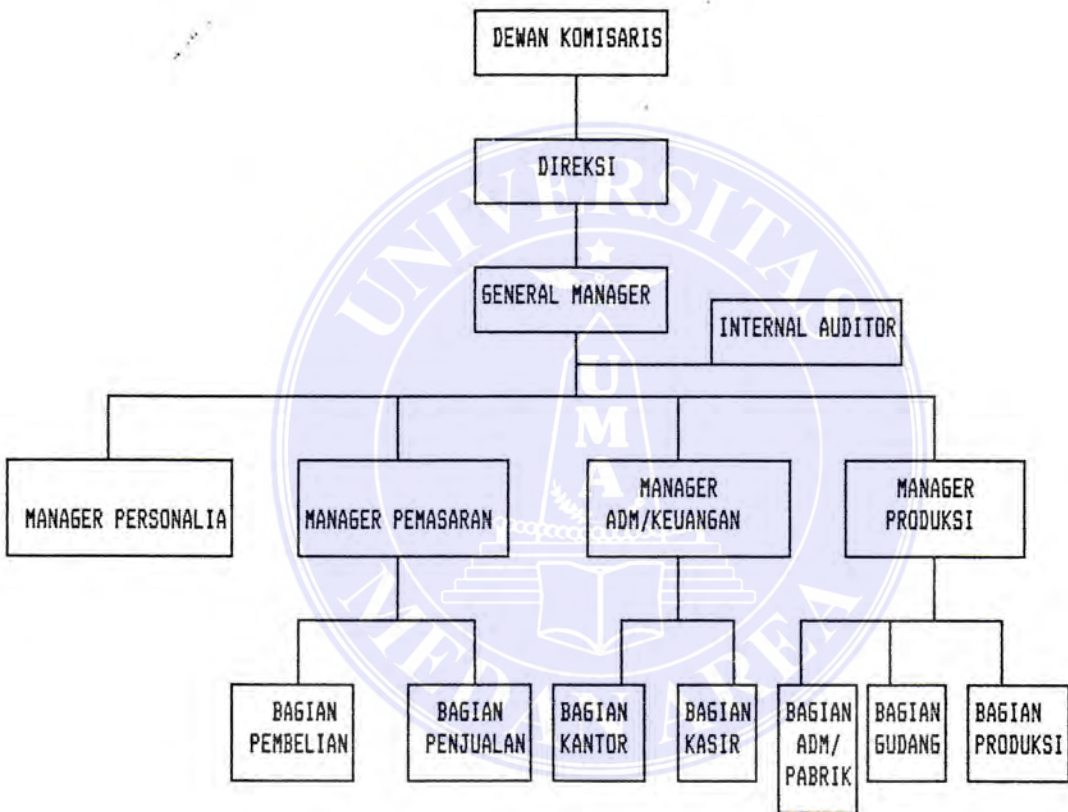
2. Struktur Organisasi

Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka semakin banyak pula kegiatan-kegiatan yang harus dilaksanakan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Dalam hal ini sudah barang tentu pimpinan perusahaan tidak dapat bekerja sendiri mengatasi semua masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

Untuk dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan kepemimpinan, maka pimpinan perusahaan memerlukan pemakaian suatu struktur organisasi di dalam perusahaan sehingga semua kegiatan yang menyangkut kepentingan perusahaan dapat berjalan sempurna, efektif dan efisien. Demikian pula halnya pada PT. Citra Robin Sarana Di Diski, Kabupaten Deli Serdang, mencerminkan tanggung jawab dan wewenang di dalam perusahaan secara vertikal dan mencerminkan hubungan antara bagian secara horizontal.

PT. Citra Robin Sarana Di Diski, Kabupaten Deli Serdang dalam struktur organisasinya adalah berbentuk garis. Struktur organisasi perusahaan dapat dilihat pada halaman berikut :

GAMBAR I
SRUKTUR ORGANISASI PT.CITRA ROBIN
SARANA, DISKI, DELI SERDANG



SUMBER : PT. CITRA ROBIN SARANA, DISKI, KABUPATEN DELI SERDANG

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan bagian dari para pemegang saham, sekaligus merupakan penasehat perusahaan. Komisaris memilih, mengangkat dan memberhentikan direksi. Segala aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh direksi juga harus diketahui oleh dewan komisaris.

b. Direksi

Tugas dan tanggung jawab direksi adalah sebagai berikut :

- 1) Direksi bertanggung jawab kepada komisaris atas maju mundurnya perusahaan.
- 2) Menentukan kebijaksanaan jangka panjang perusahaan.
- 3) Mengambil keputusan-keputusan penting dan menentukan rencana perusahaan.
- 4) Mengadakan hubungan baik dengan pihak luar.
- 5) Memelihara kekayaan perusahaan dan melindunginya.
- 6) Mensyahkan setiap pembelian dan penjualan.
- 7) Mengangkat dan memberhentikan pegawai, serta

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

menetapkan besarnya jumlah gaji dan upah masing-masing pegawai.

c. General Manager

Tugas dan tanggung jawab general manager adalah melaksanakan kegiatan yang telah disetujui oleh direksi, dengan dibantu beberapa manager. General manager dalam melaksanakan tugasnya membawahi empat manager, yaitu :

d. Manajer Personalia

Adapun Tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut :

- 1) Mencari tenaga kerja baru.
- 2) Memperhatikan kesejahteraan pegawai.
- 3) Membuat daftar lembur dan daftar penghasilan.

e. Manajer Pemasaran

Tugas dan tanggung jawabnya adalah mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan pembelian bahan baku, alat-alat yang diperlukan dalam produksi penjualan barang jadi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

Manajer pemasaran dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh :

- a) Bagian penjualan.
- b) Bagian pembelian.

f. Manajer Administrasi dan Keuangan

Tugas dan tanggung jawabnya adalah mengurus masalah administrasi, dan keuangan.

Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh :

- a) Bagian kantor.
- b) Bagian kasir.

g. Manajer Produksi

Tugas dan tanggung jawab Manajer Produksi ini adalah menyelenggarakan jalannya produksi.

Manajer produksi dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh :

- a) Bagian Administrasi Pabrik.
- b) Bagian Gudang.
- c) Bagian Produksi.

3. Bidang Usaha

PT. Citra Robin Sarana Diski Deli Serdang memproduksi alat penyemprot hama dan tanaman yang umumnya dipergunakan oleh perusahaan perkebunan dan pertanian yang dihasilkan oleh perusahaan ini diberi merek Kanas-pack Sprayer Solo 425.

B. Sistem Komunikasi Yang Diterapkan

Untuk meningkatkan mutu pelayanan dan fasilitas, diperlukan pengembangan dari berbagai aspek agar tujuan perusahaan dapat tercapai semaksimal mungkin. Dalam hal ini salah satunya adalah melalui komunikasi yang efektif.

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam melakukan setiap kegiatan, banyak masalah yang menyangkut orang atau golongan tertentu dapat ditelusuri atau ditemukan dengan memahami dan mengerti sistem komunikasi. Berhasil tidaknya interaksi antar anggota organisasi, maupun pihak-pihak yang berhubungan dalam suatu perusahaan adalah sebagai akibat langsung dari kesanggupan atau tidak sanggupnya seorang pimpinan berkomunikasi secara efektif.

Sistem komunikasi yang diterapkan pada PT. Citra Robin Sarana Disko adalah berdasarkan kerjasama dari setiap pegawai dengan atasan yang mempunyai tugas, fungsi dan tanggung jawab yang berbeda. Secara garis besarnya komunikasi yang terdapat pada perusahaan membedakan atas dua bentuk, yaitu :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

1. Komunikasi intern (ke dalam).
2. Komunikasi ekstern (ke luar).

ad.1. Komunikasi intern (ke dalam)

Komunikasi intern (ke dalam) pada perusahaan dikelompokkan atas dua, yaitu komunikasi secara vertikal dan horizontal.

a. Komunikasi vertikal

Komunikasi secara vertikal dilaksanakan dalam sistem komunikasi formal, di mana terlihat bahwa komunikasi dari atasan kepada para bawahan berupa instruksi, petunjuk, penjelasan dan pengarahan pada waktu-waktu tertentu. Sedangkan komunikasi antara para bawahan kepada atasan berupa pemberian laporan pertanggungjawaban dari pelaksana kepada kepala seksi, dilanjutkan kepada kepala bagian, dan diteruskan kepada manajer masing-masing bagian. Manajer personalia, manajer penjualan, manajer administrasi dan keuangan serta manajer produksi memberikan laporan pertanggungjawaban kepada general manager. Sedangkan general manager memberikan laporan pertanggungjawaban kepada direksi.

Dengan adanya komunikasi yang timbal balik tersebut, maka pimpinan dapat mengetahui apakah pesan-pesannya kepada para bawahan dapat dimengerti, diterima dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

dilaksanakan sehingga dapat terwujud suatu hasil yang maksimal dalam mencapai efisiensi kerja. Sebaliknya para bawahan dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik dan tenang, sehingga bentuk laporan yang sesuai dapat diterima oleh pimpinan. Dengan adanya komunikasi yang baik dalam komunikasi formal ini diharapkan tujuan perusahaan akan dapat dicapai.

b. Komunikasi horizontal

Untuk membina hubungan yang erat dan sehat serta teratur sehingga pada setiap seksi, bagian, direktur maupun keseluruhan unit kerja dalam perusahaan, pimpinan mengadakan komunikasi secara horizontal. Dalam komunikasi vertikal hubungan para individu ataupun grup yang mempunyai kedudukan yang setara melakukan hubungan dengan mengadakan suatu acara yang bersifat informal, seperti mengadakan kegiatan olah raga, kegiatan arisan, pertemuan-pertemuan keluarga. Komunikasi ini dilaksanakan tidak berdasarkan siapa yang seharusnya berbicara atau terhadap siapa individu-individu tersebut berkomunikasi, tetapi berdasarkan hubungan sosial dari para anggota.

ad.2. Komunikasi ekstern (ke luar)

Komunikasi ekstern bertujuan untuk menjamin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak yang berada di luar perusahaan. Misalnya hubungan dengan distributor, pelanggan, bank, investor, pemerintah dan masyarakat disekitar perusahaan.

Proses peningkatan efisiensi kerja yang diterapkan PT. Citra Robin Sarana Disko adalah :

1. Penempatan tujuan strategi.

Mengidentifikasi tujuan organisasi yang berlaku dan penetapan tujuan dari setiap bagian, kelompok dan individu yang dapat memberikan sumbangan bagi tujuan ini.

2. Pencarian dan pemanfaatan sumberdaya.

Penempatan, pengimplementasian dan pemeliharaan pedoman kebijakan yang telah ditetapkan serta adanya umpan balik dan lingkaran kendali yang menjamin agar organisasi tetap pada targetnya dalam usahanya mencapai tujuan. Hal ini merupakan aspek yang mendukung terhadap pencarian dan pemanfaatan sumberdaya yang diperlukan.

3. Kepemimpinan dan pengambilan keputusan.

Pimpinan perusahaan mengajak karyawan melibatkan diri dalam pengambilan keputusan yang berfungsi untuk :

- a. Menjelaskan harapan organisasi bagi pegawai serta imbalan potensi untuk prestasi yang berhasil.
- b. Meningkatkan keterikatan psikologis yang dimiliki karyawan untuk melaksanakan keputusan karena dalam penetapannya mereka ikut ambil bagian.

4. Lingkungan prestasi.

Perusahaan merancang lingkungan kerja dengan berbagai fasilitas yang sejauh mungkin konsisten dengan sumberdaya yang tersedia.

C. Penggunaan Alat Yang Digunakan Dalam Mekanisme Komunikasi Di Perusahaan

Untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya formal, PT. Citra Robin Sarana Disko menggunakan alat mekanisme komunikasi yang berupa penyampaian informasi, instruksi, petunjuk-petunjuk atau pedoman-pedoman dari perusahaan terhadap para bawahan yang ditetapkan oleh atasan. Hal ini dilakukan dengan cara komunikasi lisan dan komunikasi tertulis serta dibantu oleh alat-alat komunikasi lainnya.

1. Cara komunikasi lisan.

Komunikasi lisan dilakukan dengan tatap muka berupa pemberitaan lisan, pertemuan-pertemuan antar seksi, bagian dan direksi, bentuk pidato pimpinan kepada para karyawan pada acara-acara tertentu, serta pembicaraan melalui telepon dan radio komunikasi.

Guna memperlancar tugas dan kegiatan sehari-hari serta memperlancar arus komunikasi, perusahaan menggunakan fasilitas-fasilitas komunikasi sebagai berikut :

- a. Telepon.
- b. Handphone.
- c. Faksimile.
- d. Telex.
- e. Pager.

f. **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

2. Cara komunikasi tertulis.

Komunikasi tertulis merupakan komunikasi yang paling banyak dilakukan dalam aktivitas perusahaan, baik komunikasi antara atasan dengan bawahan atau sebaliknya. Komunikasi tertulis merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan dengan mempergunakan bahasa tertulis. Agar proses komunikasi dapat berjalan secara efisien, maka harus diperhatikan bahwa materi komunikasi harus memenuhi empat macam persyaratan, yaitu : singkat, jelas, lengkap dan tetap.

Komunikasi tertulis memang banyak dilaksanakan dalam organisasi, mengingat bahwa masalah waktu sangat penting untuk tercapai tujuan dan produktivitas usaha. Di samping itu terdapat pertimbangan-pertimbangan, sebagai berikut :

- 1) Dengan komunikasi tertulis maka terdapat bukti hitam di atas putih yang bermanfaat sebagai bahan dokumentasi, baik bagi yang memberi pesan maupun yang menerima pesan.
- 2) Merupakan pegangan yang pasti bagi mereka yang menerima pesan.
- 3) Bilamana perlu dengan komunikasi tertulis, materinya dapat digandakan dalam waktu yang singkat.

4. Dapat memperpendek jarak komunikasi dengan si

UNIVERSITAS MEDAN AREA
penerima komunikasi.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

- 5) Dapat menghindari kesalahpahaman informasi yang disampaikan.
- 6) Lebih mudah dimengerti.

Dengan cara komunikasi tertulis yang dilakukan perusahaan adalah media komunikasi untuk penyampaian berita atau informasi melalui :

- a. Perintah dan penjelasan tertulis.
- b. Papan pengumuman.
- c. Surat menyurat dan memo.
- d. Publikasi-publikasi khusus berupa pesan-pesan dan berupa kebijaksanaan perusahaan.

D. Hubungan Komunikasi Dengan Efektivitas Dan Efisiensi Kerja

Dengan komunikasi yang baik dimaksudkan adalah jalinan pengertian antara pihak yang satu dengan pihak yang lain, sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dimengerti, difikirkan dan akhirnya dilaksanakan. Apabila perusahaan tidak dapat melaksanakan komunikasi yang baik, maka semua rencana, instruksi dan petunjuk-petunjuk, saran-saran, motivasi dan sebagainya hanya tinggal di atas kertas saja. Dengan kata lain, tanpa adanya komunikasi yang baik, pekerjaan akan menjadi simpangsiur dan kacau balau, sehingga tujuan perusahaan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
Tidak akan tercapai.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Dari uraian-uraian terdahulu dapat diketahui bahwa komunikasi mempunyai peranan penting dan menentukan dalam setiap organisasi atau perusahaan. Komunikasi merupakan suatu bagian sentral dari sesuatu yang harus dilakukan setiap pimpinan atau manajer.

Meskipun komunikasi merupakan syarat mutlak dalam perusahaan tetapi tidak berarti bahwa seorang pimpinan yang baik harus dapat melaksanakan komunikasi yang baik. Sebaliknya seseorang yang mampu melaksanakan komunikasi yang baik tidak harus dapat menjadi manajer yang baik. Namun demikian sebagai seorang pimpinan atau manajer yang baik hendaknya dapat menciptakan komunikasi yang baik dalam perusahaan atau organisasi.

Pada struktur organisasi perusahaan PT. Citra Robin Sarana Disko menganut sistem organisasi garis dan staf, dimana jenjang wewenang dan tanggungjawab mengalir dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas atau secara vertikal.

Komunikasi informal juga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, karena struktur organisasi perusahaan telah berjalan sebagaimana dengan fungsinya masing-masing. Dengan demikian komunikasi itu tercipta dengan sendirinya sesuai dengan tingkatan

departemen masing-masing.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Seperti yang telah diuraikan di atas, bahwa salah satu manfaat dari berkomunikasi dapat menimbulkan kegairahan dan semangat kerja dari para pekerja dan juga dapat sebagai sarana memotivasi tenaga kerja ke arah efektivitas dan efisiensi kerja yang tinggi. Tenaga kerja yang mendapatkan perhatian atau respon di dalam tugasnya akan merasa dirinya dihargai sebagai manusia. Jadi apabila tenaga kerja selalu diperhatikan sebagaimana mestinya, diharapkan tenaga kerja tersebut akan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja.

Saat ini banyak terjadi dalam suatu perusahaan, tenaga kerjanya kurang merasa puas baik berupa perhatian pimpinan maupun fasilitas kerja yang tidak memadai, yang akhirnya dapat mengakibatkan keselamatan pekerja tidak terjamin dan efektivitas dan efisiensi kerja yang diharapkan tidak tercapai.

Komunikasi dapat memberikan banyak manfaatnya bagi suatu perusahaan, diantaranya penyampaian pesan yang baik, maupun bersifat darurat lebih cepat diterima oleh tenaga kerja maupun oleh pimpinan perusahaan. Komunikasi yang baik bagi perusahaan akan dapat menghasilkan efektivitas dan efisiensi kerja yang tinggi bagi perusahaan. Komunikasi yang dilakukan dengan cara

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

yang tepat saat ini dirasakan manfaatnya oleh organisasi maupun perusahaan. Jadi dengan digunakannya komunikasi yang efektif akan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja yang optimal.

2. Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Dalam Komunikasi Dan Cara Mengatasinya.

1. Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Dalam komunikasi

Suatu komunikasi yang baik dan efektif adalah terciptanya kerjasama dan jalinan pengertian antara pimpinan dan bawahan serta terlaksananya komunikasi yang selaras, serasi dan harmonis antara sesama karyawan sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dimengerti diterima, difikirkan untuk akhirnya dapat dilaksanakan dengan baik dan efektif.

Apabila suatu perusahaan tidak dapat untuk melaksanakan komunikasi yang baik dan efektif, maka semua rencana-rencana dan instruksi-instruksi serta petunjuk-petunjuk akan menjadi simpangsiur dan sulit untuk dimengerti dan dipahami, serta diterima dengan baik sehingga tujuan perusahaan tidak akan tercapai

UNIVERSITAS MEDAN AREA
sesuai dengan yang diharapkan.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan dapat diketahui lebih jelas tentang hambatan hambatan yang dihadapi dalam berkomunikasi. Hambatan hambatan yang dihadapi perusahaan di dalam menciptakan komunikasi yang efektif adalah dari :

a. Pihak pimpinan perusahaan.

Dalam hal ini pimpinan kurang menerapkan kebijaksanaan secara terbuka, sehingga menyebabkan karyawan merasa enggan untuk menyampaikan masalah-masalah yang dihadapinya. Kemudian untuk mengambil suatu keputusan para direktur harus meminta persetujuan dari direktur utama.

Dalam penggunaan bahasa yang dilakukan oleh pimpinan dalam melakukan komunikasi selalu didasari pada tingkat pendidikannya, seperti penggunaan istilah istilah dan pemakaian bahasa yang sulit dimengerti oleh para bawahan dalam menerima maupun mendengarnya.

b. Pihak karyawan.

Adapun hambatan dari karyawan adalah masih adanya kurang kesadaran dari karyawan tentang pemakaian dan arti pentingnya berkomunikasi, seperti lemahnya

UNIVERSITAS MEDAN AREA

kegiatan pimpinan dan karyawan untuk mendengar serta mengerti

Document Accepted 17/7/24

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

pesan yang akan diterimanya, serta kurangnya kemampuan dalam menyusun pesan yang akan disampaikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya saling pengertian antara sesama karyawan.

c. Pihak luar perusahaan

Di mana persaingan pasar yang semakin lama semakin ketat, maka tantangan bagi perusahaan juga semakin besar dalam menghadapi tantangan tersebut. Hal ini dengan begitu banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri minuman ringan. Serta masih banyaknya investor yang masih kurang percaya terhadap kemajuan perusahaan.

2. Cara Mengatasinya

Dalam menangani hambatan-hambatan yang timbul akibat adanya interaksi dalam berkomunikasi, adalah sebagai berikut :

a. Melalui pendekatan sosial

Apabila pimpinan merasa dirinya mempunyai kemampuan teknik untuk melakukan komunikasi secara efektif kepada sesama pegawai, maka dilakukan pendekatan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

social artinya bawahan diajak berkomunikasi lebih

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

terbuka. Dari komunikasi tersebut akan lebih dimengerti apa sebenarnya dan apa sambutannya terhadap hasil kerja unit, maupun lebih dari perusahaan secara umum. Di samping itu pendekatan kekeluargaan meningkatkan keakraban dan persaudaraan antara atasan dan bawahan, maupun sesama pegawai semakin terbina.

b. Dalam penyusunan perintah selalu diperhatikan, yaitu :

1) Sasaran perintah, yaitu perintah yang dikeluarkan untuk dilaksanakan harus mempunyai sasaran yang jelas, sehingga karyawan yang menerima dari objek perintah dapat mengerti.

2) Sifat perintah, yaitu dalam pemberian perintah diusahakan tidak berbelit-belit, sehingga isi maupun tujuannya mudah dipahami dan dilaksanakan oleh bawahan, juga diusahakan memberi penjelasan apakah perintah yang dikeluarkan tersebut bersifat rutin atau sifatnya baru.

3) Perintah harus diusahakan singkat dan jelas dengan menggunakan bahasa yang tepat, sehingga tidak menimbulkan adanya salah pengertian dari yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menerima perintah.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/24

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
Access From (repository.uma.ac.id)17/7/24

c. Menjaga mutu informasi

Setiap surat perintah atau penugasan untuk melakukan sesuatu harus melampirkan konsep aslinya. Hal ini dimaksudkan agar surat tersebut langsung diberikan oleh atasan kepada pegawai yang bersangkutan.

d. Menyederhanakan bahasa.

Bahasa yang rumit merupakan hambatan utama bagi komunikasi yang efektif, yaitu meliputi pengertian dan informasi. Apabila penerima pesan tidak mengerti, maka sebenarnya tidak terjadi komunikasi. Oleh karena itu pimpinan harus menjamin jika pesan-pesan dalam kata-kata, himbauan dan simbolis yang dimengerti dan mempunyai arti bagi si penerima.

e. Penyajian laporan keuangan terhadap pihak umum.

Penyajian laporan keuangan ini akan mengundang bagi pihak luar perusahaan (investor) untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Hal ini apabila dari laporan keuangan tersebut perusahaan memperoleh keuntungan.

Sedangkan untuk para konsumen diberi kesan bahwa produk perusahaan masih tetap yang terbaik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan evaluasi atas deskripsi pada bab-bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Citra Robin Sarana Disko bentuk struktur organisasinya adalah garis dan staf. Dari struktur organisasi yang ada sudah terlihat dengan jelas diaturnya wewenang dan tanggung jawab serta tugas masing-masing bagian.
2. Sistem komunikasi yang diterapkan perusahaan sudah memadai, di mana dalam pelaksanaan sistem komunikasi tersebut berjalan dengan baik. Dengan kata lain di dalam melaksanakan terdapat komunikasi timbal balik (dua arah). Selain itu perusahaan juga melakukan komunikasi yang baik dengan pihak luar, hal ini dilakukan untuk kemajuan perusahaan.
3. Alat mekanisme komunikasi yang dimiliki perusahaan sudah memadai, walaupun untuk menyediakan alat-alat tersebut pihak perusahaan harus mengeluarkan dana

yang cukup besar. Hal ini disebabkan karena sangat pentingnya alat komunikasi terhadap operasi perusahaan. Tanpa alat komunikasi mustahil perusahaan akan memperoleh kemajuan.

4. Komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan sudah baik, di mana dapat dilihat telah terciptanya efektivitas dan efisiensi kerja di perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh sistem komunikasi dan alat-alat yang dimiliki perusahaan.
5. Langkah-langkah yang diambil pimpinan perusahaan terhadap masalah yang timbul dalam komunikasi sudah tepat. Di mana pihak pimpinan perusahaan apabila keliru dalam menyampaikan informasi baik untuk pihak internal maupun eksternal, secepatnya melakukan ralat kembali. Hal ini dilakukan agar kekeliruan tersebut tidak berlarut-larut yang nantinya akan merugikan perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, penulis mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

perusahaan terhadap masalah yang dihadapi, yaitu :

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

1. PT. Citra Robin Sarana Disko telah menjalankan komunikasi dengan baik, namun untuk meningkatkan kemajuan perusahaan hendaknya sistem komunikasi yang sudah berjalan selama ini lebih ditingkatkan lagi dengan jalan menambah jenis komunikasi yaitu komunikasi diagonal.
2. Alat komunikasi yang dimiliki perusahaan sebenarnya sudah cukup memadai, namun disebabkan karena perkembangan teknologi yang semakin pesat mau tidak mau hendaknya perusahaan menambah suatu alat komunikasi yaitu internet.
3. Pihak perusahaan perlu memberikan rangsangan serta motivasi yang lebih baik kepada para karyawan agar efektivitas dan efisiensi kerja dapat ditingkatkan lagi.
4. Hubungan timbal balik antara pimpinan dengan karyawan di dalam perusahaan harus dijalin lebih erat lagi untuk mendapatkan kerjasama yang lebih baik dan harmonis. Hubungan dengan luar tetap dijaga untuk mendapatkan kerjasama antar perusahaan.

5. Hambatan-hambatan dalam berkomunikasi sedapat mungkin dihindari atau ditekan sekecil mungkin, baik yang datang dari luar atau dari dalam serta alat-alat mekanisme komunikasi dapat dijaga sebaik mungkin untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Hanafi, Memahami Komunikasi Antar Manusia, Edisi II, Cetakan Ketiga, Penerbit Usaha Nasional, Surabaya, 1993.
- Anwar Arifin, Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar Ringkas, Edisi I, Cetakan Keempat, Penerbit Pers Rajawali, Jakarta, 1995.
- Alex S. Nitisemito, Manajemen Personalialia, Edisi III, Cetakan Keempat, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1993.
- Erwan Arbie, Pengantar Sistem Informasi Manajemen, Edisi II, Cetakan Keempat, Penerbit Bina Alumni Indonesia, Bandung, 1995.
- James G. Robin dan Barbara S. Jones, Effective Communication For Manager, (Komunikasi Yang Efektif Untuk Pimpinan Usahawan,), Edisi III, Terjemahan R. Turman Sirait, Jilid Tiga, Penerbit Tulus Jaya, Jakarta, 1991.
- Komaruddin, Manajemen Kantor Teori dan Praktek, Edisi II, Cetakan Ketiga, Penerbit Sinar Baru, Bandung, 1991.
- Moekijat, Teori Komunikasi, Edisi I, Cetakan Pertama, Penerbit Mandar Maju, Bandung, 1993.
- Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunnikasi Teori Dan Praktek, Edisi II, Cetakan Kelima, Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung, 1994.
- Phil Astrid S. Susanto, Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek, Edisi IV, Jilid I, Penerbit Bina Cipta Bandung, 1991.
- Sondang P. Siagian, Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi, Edisi II, Cetakan Keenam, Penerbit Gunung Agung, Jakarta, 1993.
- Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik, Edisi VIII, Penerbit Tarsito, Bandung, 1995.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Penuntun Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi, Makalah, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.