

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. (Cangara, 2009:1)

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. (Muhammad, 2009:1)

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. (Cangara, 2009:1)

Menurut Hardjana (dalam Daryanto, 2010:147) Komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, kemudian pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan dan tidak ada hambatan untuk hal itu.

Di dalam lingkungan masyarakat, dalam organisasi formal maupun non formal selalu ada seseorang yang di anggap lebih dari yang lain. Seseorang yang memiliki kemampuan lebih tersebut kemudian diangkat atau ditunjuk sebagai orang yang dipercayakan untuk mengatur orang lainnya. Biasanya orang seperti itu disebut pemimpin atau manajer. (Rivai dan Mulyadi, 2011:1)

Sebagai suatu kekuatan dan dinamisor bagi perusahaan pemimpin harus selalu berkomunikasi dengan semua pihak, baik melalui hubungan formal maupun informal. Suksesnya pelaksanaan tugas pemimpin itu sebagian besar ditentukan oleh kemahirannya menjalin komunikasi yang tepat dengan semua pihak, secara horisontal maupun secara vertikal, ke atas dan ke bawah. (Kartono, 2008:133)

Komunikasi pimpinan merupakan aktivitas penyampaian pesan, informasi, dan tugas (secara verbal ataupun nonverbal) melalui media tertentu yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada bawahannya dengan tujuan tertentu. Komunikasi kepemimpinan menjadi syarat dalam menciptakan, membina dan membangun hubungan baik antara pimpinan dengan publik baik di dalam maupun di luar organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Masmuh, 2010:279)

Merupakan suatu kebenaran bahwa pimimpinan yang baik itu merupakan hal yang penting dalam bisnis, pemerintahan, dan pada perusahaan serta kelompok yang tak terhitung yang menciptakan pola hidup, bekerja, dan bermain. (Robbins, 2002:163)

Menurut Arni Muhammad (dalam Masmuh, 2010:51), hasil studi Schuler dan Blank mengatakan bahwa ada hubungan yang positif antara ketepatan komunikasi yang berkenaan dengan tugas, komunikasi kemanusiaan, dan komunikasi pembaruan dengan kepuasan kerja dan hasil yang dicapai oleh pekerja.

Bila orang tidak merasa senang dengan situasi kerjanya, biasanya mereka mengatakan bahwa tidak puas dengan pekerjaannya. Ada dua hal yang mungkin menyebabkan orang tidak puas dengan pekerjaannya ini. Pertama, apabila orang tersebut tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkannya untuk melakukan pekerjaannya. Kedua, apabila hubungan sesama teman sekerja, kurang baik atau dengan kata-kata lain ketidakpuasan kerja ini berhubungan dengan masalah komunikasi. (Muhammad, 2009:7

Untuk mempertajam kajian secara keilmuan tentang efektivitas komunikasi pimpinan berkaitan dengan teori diatas, Penulis melakukan penelitian pada salah satu perusahaan konstruksi terkemuka di daerah Duri-Riau yaitu PT. Multi Structure.

PT Multi Structure adalah Perusahaan Swasta Nasional yang bergerak dibidang jasa konstruksi (*Construction*), Pengadaan Material Project (*Procurement*), dan *Engineering*. Sejak berdiri tahun 1974, PT. Multi Structure telah melaksanakan berbagai jenis pekerjaan konstruksi, mulai dari pembangunan irigasi, gedung, jalan, jembatan, dermaga, penyambungan pipa aliran minyak dan gas, serta jasa konstruksi lainnya.

Pada tahun 2007, PT. Multi Structure memenangkan tender dan mendapatkan project dari PT. Chevron Pacific Indonesia (PT. CPI) di daerah Duri, Riau. Seiring dengan semakin luasnya area pekerjaan yang dipercayakan PT. CPI ke PT. Multi Structure, sehingga ditetapkanlah daerah operasional PT. Multi Structure Duri-Riau menjadi 3 unit area kerja, yaitu SLN (Sumatera *Light North*), HO (*Heavy Oil Operating Unit*) dan Kulim. SLN dan HO merupakan area kerja sentral *project*, sementara Kulim adalah kantor pusat manajemen Duri, merangkap *support project*.

Area kerja SLN meliputi Bangko, Libo, Pematang, Petani, Bekasap, Pemburu, Ampuh, Jurong, Pagar, Korap, Cucut, Batang, Menggala, Balam dan Tilan. Sementara HO area kerjanya di Duri *Field* area KM 125, dan kantor Kulim berada di jalan raya Duri-Dumai km 4,5 Kulim.

Pekerjaan yang dilakukan di PT. Multi Structure Duri-Riau meliputi: *piping*, yaitu pekerjaan yang berhubungan dengan penyambungan pipa aliran minyak dan gas. *Earthwork*, yaitu pekerjaan yang berhubungan dengan tanah, seperti pengerukkan, penimbunan, dan membuka lahan di lokasi baru. *Electrical*, yaitu berhubungan dengan pekerjaan suplai tenaga listrik untuk alat-alat yang menggunakan energi listrik, dan sipil, yaitu pekerjaan yang berhubungan dengan konstruksi bangunan untuk keperluan proyek.

PT. Multi Structure Duri-Riau telah berjalan normal sejak tahun 2007. Selama hampir 7 tahun terakhir ini PT. Multi Structure Duri-Riau telah berhasil mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu perusahaan

konstruksi terkemuka di daerah Riau. Hal ini tentunya membuktikan bahwa PT. Multi Structure memiliki berbagai strategi untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang tinggi. Eksistensi yang diperoleh selama ini tidak terlepas dari peran pimpinan yang telah dijalankan secara baik. Komunikasi pimpinan yang baik memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kepuasan kerja karyawan yang akhirnya akan mempengaruhi produktivitas dan citra dari PT. Multi Structure itu sendiri.

Dipilihnya PT. Multi Structure sebagai lokasi penelitian tidak lain melihat dari rekam jejak PT. Multi Structure itu sendiri, faktor sebagai perusahaan yang sudah berdiri lama dan telah menangani banyak permasalahan dan proyek menjadi daya tarik bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh efektivitas komunikasi yang pimpinan lakukan terhadap para karyawannya sehingga perusahaan ini tetap mampu membuktikan eksistensinya sampai dengan sekarang.

Selain itu, wilayah operasi PT. Multi Structure mencakup empat wilayah besar di Indonesia yakni Sulawesi, Kalimantan, Jawa dan Sumatera. Selain itu perusahaan telah mengembangkan sayap operasinya ke luar wilayah Indonesia dengan mendirikan satu anak perusahaan yang khusus khusus menangani berbagai pekerjaan jasa konstruksi di Luar Negeri.

PT. Multi Structure selalu berusaha untuk menjadi perusahaan yang mengutamakan kesejahteraan karyawan. Manfaat-manfaat yang ditawarkan oleh PT. Multi Structure adalah: lingkungan kerja yang kondusif, visi dan arah yang jelas, pembayaran gaji yang tepat waktu, pelatihan yang

terprogram dan kesempatan bekerja dalam tim yang berbeda untuk memberikan wawasan dan pengalaman yang luas.

Bentuk suasana kerja yang dibangun terbukti juga cukup mempengaruhi hubungan yang dijalin secara eksternal maupun internal, hubungan secara eksternal yang dibangun bersama masyarakat dengan cara melibatkan masyarakat dalam lingkungan pekerja, ini terbukti mampu mendongkrak solidaritas antara perusahaan dan masyarakat itu sendiri

Untuk hubungan yang dijalin secara internal melibatkan seluruh elemen yang ada di perusahaan sejauh pengamatan peneliti telah berjalan dengan baik, walaupun terkadang sering terjadi *miss commmunication* antara perusahaan dengan mantan karyawan yang menuntut transparansi *salary*, hal ini terjadi karena adanya keterlambatan pencairan *salary* dari perusahaan induk itu sendiri. Permasalahan seperti ini biasanya ditangani langsung oleh pimpinan perusahaan itu sendiri, dan sejauh ini terbukti cukup ampuh sebagai orang yang berada di garda terdepan dalam hal penyelesaian permasalahan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. MULTI STRUCTURE DURI-RIAU.**

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Permasalahan ini cukup menarik untuk diteliti karena saat ini perusahaan atau organisasi menyadari begitu pentingnya komunikasi yang efektif seorang pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. Multi Structure Duri-Riau
2. Masalah ini memiliki relevansi kajian keilmuan dengan konsentrasi penulis yakni Public Relations pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi.

C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami skripsi ini, maka diberikan penegasan istilah :

1. Efektivitas

Menurut Gibson (dalam Daryanto, 2010:58) efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas nama usaha bersama.

2. Komunikasi Pimpinan

Komunikasi pimpinan adalah aktivitas penyampaian pesan, informasi, dan tugas (secara verbal ataupun nonverbal) melalui media tertentu yang dilakukan oleh seseorang pimpinan kepada bawahannya, dengan tujuan tertentu. (Masmuh, 2010:279)

3. Kepuasan Kerja

Menurut Coleman (dalam Muhammad, 2009:90) Kepuasan kerja merupakan respons seseorang (sebagai pengaruh) terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi komunikasi pimpinan supaya lebih efektif guna menunjang kepuasan karyawan?
- b. Dengan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan, apakah dapat membuat suatu kepuasan bagi karyawan?
- c. Bagaimana efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. Multi Structure Duri-Riau?

2. Batasan Masalah

Penulis hanya membatasi pengkajian pada efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau yang berada di Kulim kecamatan Mandau.

3. Rumusan Masalah

Sesuai dengan batasan masalah diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. Multi Structure Duri-Riau?”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan gambaran yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan berdaya guna sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu Komunikasi khususnya pada konsentrasi public relations dalam kajiannya terhadap Efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
- b. Hasil penelitian yang diperoleh dapat berguna sebagai referensi atau pembanding bagi peneliti-peneliti yang ingin mengkaji efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
- c. Untuk memenuhi syarat-syarat skripsi dan memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan komunikasi khususnya di bidang *public relations* terkait efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
- b. Sebagai bahan masukan yang berarti sekaligus sebagai evaluasi terhadap aktualisasi efektivitas komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kepuasan karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
- c. Mengetahui syarat-syarat skripsi dan memperoleh gelar sarjana.

F. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian ini dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Rahma Dhillia Afreni tahun 2011 yang berjudul “Hubungan Komunikasi Pemimpin terhadap membangun Etos Kerja Pegawai di Kantor Balai Pemantauan Pemanfaatan Hutan Produksi (BPPHP) wilayah III Pekanbaru”. Penelitian ini menggunakan pendekatan korelational. Metode ini menjelaskan 2 variabel yang memiliki hubungan sebab akibat dan ketergantungan antara variabel X dengan variabel Y. Dalam penelitian ini yang menjadikan variabel X

ialah hubungan komunikasi pemimpin dan variabel Y ialah Membangun Etos Kerja Pegawai. Penelitian yang telah dilakukan ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara komunikasi pimpinan terhadap etos kerja pegawai. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus t, didapat nilai F_{hitung} 0,672. Sedangkan untuk $N=40$ dengan $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{tabel}=0,312$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu “tidak terdapat hubungan antara komunikasi pimpinan terhadap etos kerja pegawai” **ditolak**, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) yaitu “terdapat hubungan antara komunikasi pimpinan terhadap etos kerja pegawai” **diterima**.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa perbedaan, diantaranya adalah:

1. Terdapat pada judul penelitian, yakni Hubungan Komunikasi Pemimpin terhadap membangun Etos Kerja Pegawai di Kantor Balai Pemantauan Pemanfaatan Hutan Produksi (BPPHP) wilayah III Pekanbaru, sedangkan judul peneliti Efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Dhillia Afreni tahun 2011 yang meneliti bagaimana hubungan komunikasi pimpinan, sedangkan peneliti meneliti bagaimana efektivitas komunikasi pimpinan
3. Tempat penelitian yang dilakukan Rahma Dhillia Afreni tahun 2011 meneliti di Kantor Balai Pemantauan Pemanfaatan Hutan Produksi

(BPPHP) wilayah III Pekanbaru, sedangkan peneliti meneliti di PT. Multi Structure Duri-Riau.

Penelitian kedua dilakukan oleh Hafizah tahun 2011 yang berjudul “Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja Karyawan PT. Bormindo Duri. Penelitian ini mengamati adakah hubungan antara komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja karyawan di PT. Bormindo Duri. Penelitian ini menggunakan pendekatan korelational. Metode ini menjelaskan 2 variabel yang memiliki hubungan sebab akibat dan ketergantungan antara variabel X dengan variabel Y. Dalam penelitian ini yang menjadikan variabel X ialah iklim komunikasi organisasi dan variabel Y ialah kepuasan kerja karyawan PT. Bormindo Duri.

Penelitian yang telah dilakukan ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja karyawan PT. Bormindo Duri. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus t, didapat nilai Fhitung 0,726. Sedangkan untuk $N=76$ dengan $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{tabel}=0,297$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu “tidak terdapat hubungan yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja karyawan pada PT. Bormindo Duri” **ditolak**, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) yaitu “adanya hubungan yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja karyawan pada PT. Bormindo Duri” **diterima**.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa perbedaan, diantaranya adalah:

1. Judul penelitian, yakni Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja Karyawan PT. Bormindo Duri, sedangkan judul peneliti Efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Hafizah pada tahun 2011 meneliti bagaimana hubungan Iklim komunikasi Organisasi dengan kepuasan kerja karyawan PT. Bormindo Duri, sedangkan peneliti meneliti bagaimana efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau
4. Tempat penelitian yang dilakukan Hafizah pada tahun 2011 meneliti di PT. Bormindo Duri sedangkan peneliti meneliti Di PT. Multi Structure Duri-Riau.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

a. Efektivitas Komunikasi

Menurut Nining I. Soesilo dan Wilian Dun (dalam Daryanto, 2010:58) Efektif, pada dasarnya merupakan perbandingan antara target suatu kegiatan yang telah ditetapkan dan realisasi hasil yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan tersebut mendefinisikan efektif sebagai seberapa besar manfaat (*benefit*) dari suatu kegiatan yang dilakukan, terhadap sasaran kegiatan tersebut.

Menurut Gibson (dalam Daryanto, 2010:58) efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas nama usaha bersama. Apabila tingkat pencapaian realisasi dari kegiatan tersebut tinggi dan manfaat dari kegiatan tersebut dirasakan oleh sasaran kegiatan juga cukup tinggi maka pelaksanaan kegiatan tersebut dikatakan “efektif”.

Komunikasi dikatakan efektif bila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Secara umum, komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. (Daryanto, 2010:58)

Lima hal yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif, yaitu pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

1. **Pemahaman.** Arti pokok pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan. Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang disampaikan (kadang-kadang, komunikator menyampaikan pesan tanpa disengaja, yang juga dipahami dengan baik).

Dalam komunikasi organisasional, salah satu hasil terpenting yang diharapkan adalah pemahaman pesan secara cermat. Mustahil suatu perusahaan akan berfungsi dengan baik bila para

pegawainya tidak memahami tugas yang harus dikerjakan. Untuk mencapai hal ini, diperlukan pemahaman, baik atas petunjuk verbal dari atasan, maupun atas informasi yang disebarkan melalui memo perusahaan, buku pedoman pegawai, dan penjelasan lainnya yang merupakan kebijakan perusahaan.

2. Kesenangan. Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan maksud tertentu. Sebenarnya, tujuan mazhab analisis transaksional adalah sekadar berkomunikasi dengan orang lain untuk menimbulkan kesejahteraan bersama. Komunikasi semacam ini biasa disebut komunikasi fatik (*phatic communication*), untuk mempertahankan hubungan insani. Tingkat kesenangan dalam berkomunikasi berkaitan erat dengan perasaan kita terhadap orang yang berinteraksi dengan kita. Kebanyakan komunikasi informal dalam suatu organisasi, berlangsung pada saat makan siang, istirahat, piknik bersama atau pada acara di klub dansa.
3. Mempengaruhi Sikap. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain, dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap, atau pengaruh sikap (*attitude influence*), berlangsung terus seumur hidup. Dalam hubungan antara dua orang, pengaruh sikap sering disebut

“pengaruh sosial”. Mempengaruhi sikap tidak kalah pentingnya dalam komunikasi kelompok kecil atau organisasional.

Dalam menentukan tingkat keberhasilan komunikasi, ingatlah bahwa anda bisa saja gagal mengubah sikap orang lain, namun orang tersebut tetap dapat memahami apa yang anda maksudkan. Dengan perkataan lain, kegagalan dalam mengubah pandangan seseorang jangan disamakan dengan kegagalan dalam meningkatkan pemahaman.

4. Memperbaiki Hubungan. Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkannya jauh sebelumnya, dan mengemukakannya dengan tepat pula, maka hasil komunikasi yang sempurna dapat dipastikan. Namun keefektifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan. Bila hubungan manusia dibayang-bayangi oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten pun bisa saja berubah makna atau didiskreditkan.

Jenis pemahaman lainnya yang berpengaruh besar dalam hubungan insani adalah: memahami motivasi orang lain. Kadang-kadang komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi untuk mengubah sikap seseorang, tapi hanya untuk “dipahami” dalam pengertian yang kedua ini.

5. Tindakan. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan yang kita inginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam berkomunikasi. Tampaknya lebih mudah mengusahakan agar pesan kita dipahami daripada mengusahakannya agar pesan kita disetujui. Bila anda mencoba membangkitkan tindakan pada penerima pesan, kemungkinan responnya yang sesuai dengan apa yang anda inginkan akan lebih besar bila anda dapat: (1) memudahkan pemahaman penerima tentang apa yang anda harapkan, (2) meyakinkan penerima bahwa tujuan anda itu masuk akal, dan (3) mempertahankan hubungan harmonis dengan penerima. Tindakan yang anda harapkan tidak terjadi secara otomatis, namun besar kemungkinan akan terwujud bila ketiga hal tersebut diatas telah anda penuhi.

Singkatnya, lima hasil yang dapat diperoleh melalui komunikasi insani yang efektif adalah pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang lebih baik, dan tindakan. (Mulyana, 2008: 23)

b. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi.

Menurut Goldhaber (dalam Muhammad, 2009:67) komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak

pasti atau berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu:

- a. Proses. Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada hentinya maka dikatakan sebagai proses.
- b. Pesan. Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.
- c. Jaringan. Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya mendukung posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.
- d. Keadaan Saling Tergantung. Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka.
- e. Hubungan. Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia.

- f. Lingkungan. Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem.
- g. Ketidakpastian. Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan.

2. Komunikasi Kepemimpinan

Komunikasi merupakan bagian terpenting yang perlu mendapat perhatian ekstra bagi pemimpin ketika mempengaruhi orang lain untuk mau mengerjakan perintahnya ataupun dalam proses pengambilan keputusan. Keberhasilan pemimpin sangatlah ditentukan dalam keterampilan berkomunikasi. Meskipun komunikasi bukan sebagai *panacea* untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena persoalan atau konflik tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. Namun paling tidak, dengan adanya komunikasi kepemimpinan yang baik dan yang menyenangkan, diharapkan benturan-benturan psikologis dan konflik-konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi yang sering terjadi, baik antara manajer atau pemimpin dengan karyawan, karyawan dengan karyawan, yang mengganggu jalannya roda organisasi dalam mencaapi tujuan bisa dihindari.

Komunikasi kepemimpinan merupakan aktivitas penyampaian pesan, informasi, dan tugas (secara verbal ataupun nonverbal) melalui media tertentu yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada bawahannya, dengan tujuan tertentu. Komunikasi kepemimpinan menjadi syarat dalam menciptakan, membina dan membangun hubungan baik antara pimpinan dengan publik di dalam organisasi atau perusahaan di luar organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, jika pemimpin ingin sukses dalam tugasnya, keterampilan komunikasi (*communication skill*) adalah salah satu aspek yang dapat dipergunakan pimpinan dalam organisasi apapun dan dalam bidang apapun.

Ketika komunikasi kepemimpinan berjalan dengan baik, maka ia (pemimpin) akan disenangi, disegani, dan dihormati, baik oleh orang-orang yang berada di organisasinya atau dibidangnya, maupun di luar bidangnya. Menurut R. Soewardi Prodjosapoetro (dalam Masmuh 2010:279) Ada lima hal yang penting dalam komunikasi pimpinan dan perlu mendapat perhatian oleh pimpinan, diantaranya:

- a. Apa tugas serta tujuan dari organisasi tersebut
- b. Kapan tujuan itu harus dicapai, bagaimana tujuan itu harus dicapai
- c. Siapa saja yang bertanggung jawab pada setiap hirarkis

- d. Kepemimpinan itu atau pada setiap unit kerja
- e. Apa sebab tujuan dari organisasi itu harus di capai.

Jika kelima hal itu dimengerti dan disadari oleh pimpinan dan bawahan, maka besar kemungkinan organisasi kepemimpinan berhasil dengan baik.

Inti komunikasi kepemimpinan sesungguhnya adalah bagaimana instruksi atau tugas yang jelas dan mudah dipahami oleh bawahan, bagaimana mengkomunikasikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada semua unsur di dalamnya, bagaimana frekuensi komunikasi pimpinan dengan bawahan dan bagaimana memotivasi pada bawahan, membangkitkan motif bawahan atau karyawan, menggugah daya gerak mereka untuk bekerja lebih giat. (Masmuh, 2010:279)

c. Kepuasan Kerja Karyawan

Kepuasan kerja adalah penilaian dari pekerja tentang seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan memuaskannya. Kepuasan kerja juga adalah sikap umum yang merupakan hasil dari beberapa sikap khusus terhadap faktor-faktor pekerjaan, penyesuaian diri, dan hubungan sosial individu di luar kerja. (Rivai, 2006:249)

Kepuasan kerja menurut Kreitner dan Kinicki (dalam Wibowo 2012:502) merupakan respons *affective* atau emosional terhadap berbagai segi pekerjaan seseorang. Definisi ini menunjukkan bahwa *job satisfaction* bukan merupakan konsep tunggal. Seseorang dapat

relatif puas dengan salah satu aspek pekerjaan dan tidak puas dengan satu atau lebih aspek lainnya.

Kepuasan kerja (*job satisfaction*) merujuk pada sikap umum seseorang individu terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap kerja itu. Seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap negatif terhadap pekerjaan itu. (Rivai dan Mulyadi, 2011:246)

Herzberg mencoba menentukan faktor-faktor apa yang mempengaruhi motivasi dalam organisasi. Ia menemukan dua perangkat kegiatan yang memuaskan kebutuhan manusia: kebutuhan yang berkaitan dengan kepuasan kerja dan kebutuhan yang berkaitan dengan ketidakpuasan kerja. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja disebut *motivator*. ini meliputi prestasi, penghargaan, tanggung jawab, kemajuan atau promosi, pekerjaan itu sendiri, dan potensi bagi pertumbuhan pribadi. Semua ini berkaitan dengan pekerjaan itu sendiri.

Faktor yang berkaitan dengan ketidakpuasan disebut faktor pemeliharaan (*maintenance*) atau kesehatan (*hygiene*), dan meliputi gaji, pengawasan, keamanan kerja, kondisi kerja, administrasi, kebijakan organisasi, dan hubungan natar pribadi dengan rekan kerja, atasan, dan bawahan di tempat kerja. Faktor-faktor ini berkaitan dengan lingkungan atau konteks pekerjaan alih-alih dengan pekerjaan itu sendiri. Itulah sebabnya mengapa program-program

untuk memotivasi pegawai yang menggunakan sistem Herzberg menyebutnya “motivasi melalui pekerjaan itu sendiri.” Bila faktor ini ditanggapi secara positif, pegawai tidak mengalami kepuasan atau tempat termotivasi; namun bila faktor-faktor tersebut tidak ada, pegawai akan merasa tidak puas.

Jadi untuk memelihara atau tetap memiliki pegawai, manajer harus memusatkan perhatian pada faktor-faktor kesehatan; namun untuk membuat pegawai bekerja lebih keras, manajer harus memusatkan perhatian pada motivator. Manajer menyesuaikan pekerjaan itu sendiri untuk memotivasi pegawai dan menyesuaikan faktor lingkungan untuk menghindari ketidakpuasan. (Pace dan Faules, 2010:122)

Menurut Robbins (dalam Wibowo, 2009:333) Terdapat dua macam pendekatan yang secara luas dipergunakan untuk melakukan pengukuran kepuasan kerja, yaitu sebagai berikut:

1. *Single global rating*, yaitu tidak lain dengan minta individu merespons atas satu pertanyaan seperti: dengan mempertimbangkan semua hal, seberapa puas anda dengan pekerjaan anda? Responden menjawab antara “highly Satisfied” dan “Highly Dissatisfied”.

2. *Summation score* lebih canggih. Mengidentifikasi elemen kunci dalam pekerjaan dan menanyakan perasaan pekerja tentang masing-masing elemen. Faktor spesifik yang diperhitungkan adalah:

sifat pekerjaan, supervisi, upah sekarang, kesempatan promosi dan hubungan dengan *co-worker*.

d. Hubungan Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja

Menurut Arni Muhammad (dalam Masmuh, 2010:50) Hasil studi Schuler dan Blank mengatakan bahwa ada hubungan yang positif antara ketepatan komunikasi yang berkenaan dengan tugas, komunikasi kemanusiaan, dan komunikasi pembaruan dengan kepuasan kerja dan hasil yang di capai oleh pekerja.

Dengan melakukan hal-hal yang merupakan tanggung jawab pimpinan seperti di bawah ini berarti pimpinan secara tidak langsung ikut membantu karyawan dalam mencapai kepuasannya.

1. Semua pimpinan haruslah menetapkan tujuan bagi karyawan-karyawannya.
2. Semua pimpinan haruslah melatih karyawan dan membantu mereka menjadi lebih efektif dalam pekerjaannya
3. Semua pimpinan haruslah meninjau kemajuan karyawannya dalam bentuk hasil dan tujuan yang telah dicapainya dan tidak menghargai aktivitas atau kegagalan mereka tetapi hasil nyata dari tujuan mereka.
4. Semua pimpinan hendaklah memberikan bimbingan. Jika tidak kelompok terombang-ambing, suasana kerja sama akan berkurang dan karyawan akan bekerja menurut arahnya masing-masing.

5. Semua pimpinan hendaklah menggunakan metode baru dalam kelompok dan bidang mereka untuk membuat anggota kelompok terus-menerus menjadi lebih efektif.
6. Semua pimpinan hendaklah membuat perencanaan untuk masa mendatang. Pimpinan harus memproyeksikan kesempatan-kesempatan dan kesulitan-kesulitan dan merencanakan tindakan pengembangan untuk menyelesaikan pokok persoalan yang penting. Pimpinan berhasil hanya bila orang-orang dalam kelompoknya berhasil.
7. Semua pimpinan harus mengembangkan kemampuan orang-orangnya.
8. Bila menghargai prestasi karyawan pimpinan hendaklah menggunakan standar sosial dan finansial yang mereka tetapkan untuk karyawan.

d. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah langkah yang digunakan untuk menentukan kondisi empiris yang kiranya berguna untuk menguji setiap hipotesis. (Zuriah, 2007:6)

Konsep operasional ini menjelaskan variabel yang akan dijadikan sebagai tolak ukur penelitian lapangan yang berhubungan dengan rumusan masalah.

1. Efektivitas Komunikasi Pimpinan

- a. Pemahaman karyawan terhadap pesan komunikasi dan kebijakan yang dilakukan oleh pimpinan baik secara verbal maupun non verbal
- b. Hubungan yang dilakukan antara karyawan dan pimpinan senantiasa mengedepankan kesenangan baik di lingkungan kerja ataupun di luar lingkungan kerja
- c. Komunikasi yang dilakukan pimpinan dapat mempengaruhi sikap karyawan baik dalam hal kepuasan kerja ataupun peningkatan kompetensi karyawan dan lain lain.
- d. komunikasi yang dilakukan pimpinan dapat meningkatkan kepercayaan, dan memperbaiki serta meningkatkan hubungan antara pimpinan dan karyawan
- e. tindakan-tindakan yang dilakukan berdasarkan komunikasi yang diberikan oleh pimpinan dan dijalankan dengan sepenuh hati tanpa adanya sikap penolakan dari karyawan

2. Kepuasan Kerja Karyawan

- a. Pembayaran (upah-gaji)
- b. Penghargaan
- c. Atasan yang memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif
- d. Kesempatan untuk mendapatkan promosi
- e. Kolega kerja atau rekan kerja yang bisa bekerja sama dengan baik.

e. Hipotesis

Dalam penelitian ini perlu sekali adanya hipotesis, karena hipotesis sebagai indikasi untuk menarik kesimpulan penelitian yang berbentuk dalil atau generalisasi yang akan dibuktikan dan diteliti serta diuji kebenarannya.

Menurut Webster's New World Dictionary (dalam Kriyantono, 2010:28) hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen.

Hipotesis Nol (H_0) mempunyai bentuk dasar atau memiliki *statement* yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y yang akan diteliti, atau variabel independen (X) tidak memengaruhi variabel dependen (Y). Lawan dari hipotesis nol (H_0) adalah hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis ini menyatakan ada hubungan, yang berarti ada signifikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). (Bungin, 2009:79)

Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_a : Terdapat efektivitas yang signifikan antara komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau

H_0 : Tidak terdapat efektivitas yang signifikan antara komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau

f. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keeluasaan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2010:55)

Sedangkan metodenya menggunakan metode survei, yaitu metode riset dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Dan tipe penelitiannya menggunakan survei explanatif yang tujuannya untuk melihat hubungan atau korelasi antara dua variabel (Kriyantono, 2010:59)

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Multi Structure Duri-Riau yang berada di Jalan Raya Duri-Dumai km. 4,5 kulim. Kota: Duri-Riau, Indonesia. Kodepos: 28884

3. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012 : 80)

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1035 karyawan yang bekerja di PT. Multi Structure Duri-Riau.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012:81)

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dari populasi yang dikembangkan dari *Isaac dan Michael*, untuk tingkat taraf kesalahan 5%. Jadi, karena populasinya 1035 jumlah sampel yang digunakan 258 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*.

Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2012:82)

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini meliputi pimpinan dan karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau. Sedangkan Objek dalam penelitian ini adalah efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan langsung oleh peneliti dalam situasi yang sesungguhnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Angket (kuisisioner)

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan ke peneliti. (Bungin, 2009: 123)

Angket yang disebarakan kepada responden bersifat tertutup, dimana kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu, sehingga responden tidak diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban lain. (Ruslan, 2006:25)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2010 : 120)

6. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data deskriptif kuantitatif dengan menggunakan perhitungan statistik. Statistik adalah salah satu alat untuk

mengumpulkan data, mengolah data, menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis data yang dikumpulkan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik koefisien korelasi dengan menggunakan beberapa cara:

a. Teknik analisis kualitas data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :

a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

(Noor, 2011: 164).

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji realibilitas digunakan *Teknik Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

b. Teknik analisis deskriptif persentase

Teknik deskriptif persentase ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada dalam penelitian, yaitu variabel komunikasi pimpinan dan variabel kepuasan kerja. Langkah-langkah yang ditempuh untuk menguji variabel dengan menggunakan teknik deskriptif persentase ini adalah:

- 1) Membuat tabel frekuensi angket variabel (x) dan variabel (y)
- 2) Menentukan skor responden yang diperoleh dengan skor yang telah ditemukan
- 3) Menjumlahkan skor yang diperoleh setiap responden
- 4) Memasukkan skor tersebut kedalam rumus

$$\% = \frac{F \cdot 100\%}{N}$$

Keterangan :

F = skor yang diperoleh

N = skor ideal

% = persentase

c. Analisis regresi linear sederhana

Analisis ini untuk menganalisis data penelitian mengenai Efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.

1. Persamaan regresi linear

Bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel tidak bebas atau variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Nilai intercept konstan atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan (Noor, 2011:179).

2. Koefisien korelasi

Metode analisis korelasi product moment yaitu korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Teknik analisa data yang digunakan penulis dalam penulisan ini adalah deskriptif kuantitatif menjelaskan permasalahan yang diteliti dengan bentuk angka-angka dengan rumusan korelasi product moment:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - \sum X \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot X^2 - (\sum X)^2 \cdot n \cdot Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi Product Moment

n = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

(Bungin, 2008:197)

Dengan rincian sebagai berikut:

SS “Sangat Setuju” diberi skor 4

S “Setuju” diberi skor 3

TS “tidak setuju” diberi nilai 2

STS “sangat tidak setuju” diberi nilai 1

Dalam beberapa riset, skala likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan ragu-ragu (*undecided*). Alasannya karena kategori ragu-ragu ataupun netral memiliki makna ganda, yang bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban. Disediakkannya jawaban ditengah-tengah juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban ditengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu, responden memilih jawaban untuk memilih amannya. Yang terakhir, disediakan jawaban ditengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu mencakup cukup sering, cukup puas, agak, sedang dan lainnya. (Kriyantono, 2010:139)

Korelasi Pearson Product Moment (r), dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)$. Adapun interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi adalah sebagai berikut (Akdon, 2007: 124).

Tabel 1

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Efektivitas
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisikan latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan konsep operasional, hipotesis, metode penelitian, teknik analisis data dan sistematika penulisan

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan gambaran umum tentang PT. Multi Structure Duri-Riau yang mengemukakan sejarah singkat PT. Multi Structure Duri-Riau, struktur organisasi perusahaan, tugas dan tanggung jawab.

BAB III: PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang penyajian data yang di peroleh dari hasil pengumpulan data di lapangan.

BAB IV: ANALISIS DATA

Pada bab ini, berisikan tentang analisa data yang dari hasil penyajian data, bertujuan untuk menjawab masalah yang ditetapkan dalam penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasi penelitian beserta saran dan daftar pustaka.