

**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT. CASULUT
LUBRINDO UTAMA CABANG GORONTALO**

**Oleh
TIARA ISMAIL
S2216010**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapat Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi

Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



**PROGRAM STRATA SATU (S1)
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT. CASULUT
LUBRINDO UTAMA CABANG GORONTALO

Oleh
TIARA ISMAIL
S2216010

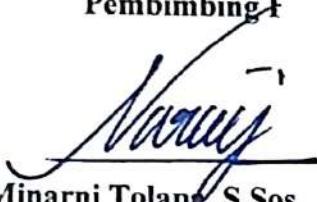
SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian

Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Gorontalo, Juli 2020

Menyetujui,

Pembimbing I

Minarni Tolapu, S.Sos., M.Si
NIDN: 0922047803

Pembimbing II

Ramansyah, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0902028605

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Minarni Tolapu, S.Sos., M.Si
NIDN: 0922047803

HALAMAN PERSETUJUAN

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT. CASULUT LUBRINDO UTAMA CABANG GORONTALO

Oleh
TIARA ISMAIL,
S2216010

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)

Universitas Ichsan Gorontalo

1. Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
2. Ramansyah, S.Sos., M.I.Kom
3. Dr. Arman, S.Sos., M.Si
4. Dra Salma P Nua, M.Pd
5. Ariandi Saputra, S.Pd., M.Pd

:
:
:
:
:

Gorontalo, 02 Juli 3030

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Arman, S.Sos, M.Si
NIDN: 0913078602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
NIDN: 0922047803

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Ismail

NIM : S.22.16.10

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo” adalah benar-benar asli atau merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan Gelar Sarjana baik Universitas Ichsan Gorontalo maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dan saran dari pembimbing dan penguji pada saat ujian skripsi ini.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan



ABSTRAK

Komunikasi organisasi merupakan kunci penting dalam sebuah organisasi. Tercapainya tujuan dari sebuah organisasi akan bergantung pada komunikasi yang dilakukan oleh anggotanya. Konflik yang sering terjadi biasanya adalah karena masalah komunikasi yang kurang baik dan akan berdampak pada hasil kerja yang kurang produktif. Untuk menimbulkan konflik yang terjadi dapat diwujudkan melalui penerapan pola komunikasi organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan staff pada PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi yang digunakan antara pimpinan dan staff PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo yaitu pola komunikasi menggunakan arus pesan komunikasi vertikal yang terjalin dua arah. Selanjutnya hambatan komunikasi organisasi antara pimpinan dan staff PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo adalah hambatan dari proses komunikasi seperti perbedaan status jabatan dan pemaknaan istilah bahasa.

Kata Kunci : Pola komunikasi Organisasi, Arus Pesan Komunikasi, Hambatan Komunikasi.

ABSTRACT

Organization communication is a important key in the organization. Attained a goal the objective of organization will depend on communication that employees. The usual conflict is a poor communication problem and would impact on less productive work. To minimise the conflicts that occur can be realized through the implementation of organizational communication patterns. The research aims to know the organizational communication patterns between leadership and staff at PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo. In the research, method used are research qualitative and observation of data gathering, interview, and documentation. research suggests that the communication patterns used between leadership and staff PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo is a pattern of communication using vertical message, interwoven two way. The next organizational communication barriers between leadership and staff PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo are the barriers of communication processes such as the differences in rank and the use of language terms.

Keyw ords: Organization Communication Pattern, Communication Message Flow, Communication Barrier.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah meninggikan orang yang beriman diantara kamu orang-orang yang berilmu yang diberi pengetahuan berupa deraja”

(Q.S Surat Al-Mujadalah;11)

SKRIPSIINI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

- ❖ Kedua Orang Tua yang telah mendidik dan membesarkan, Ayahanda tercinta **Dahlan Ismail** serta Ibunda tersayang **Ina Tamutu**
- ❖ Kakak terkasih **Clarita Ismail** yang selalu mendukung keberhasilanku
- ❖ Seluruh Keluarga tanpa terkecuali terima kasih sudah memberikan motivasi baik moril maupun material
- ❖ Teman-teman seperjuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ALMAMATERKU TERCINTA

UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian, untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang menyeluruh dan mendalam mengenai *“Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo”*.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis cukup banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan baik secara moril maupun material. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada, Yth:

1. Ayahanda dan Ibunda Tercinta
2. Bapak Muhammad Ichsan Gaffar Latjoke, S.E, M.Ak, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo.
3. Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo
4. Bapak Dr. Arman, S.Sos., M.Si, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo

5. Ibu Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Ichsan Gorontalo dan selaku Pembimbing I
 6. Bapak Ramansyah, S.Sos., M.I.Kom, selaku Pembimbing II
 7. Bapak Melky Kumontoy, selaku pimpinan pada PT. Casulut Lubrindo
UtamaCabang Gorontalo
 8. Seluruh Staf Dosen dan tata usaha di lingkungan civitas akademika Fakultass
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Semoga bantuan dan dorongan yang penulis terima dari semua pihak, dapat
menjadi petunjuk kearah masa depan yang lebih baik.

Gorontalo, Mei 2020

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tinjauan Pustaka	5
1.4 Manfaat Peneliti	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Dasar Komunikasi Organisasi.....	6
2.2 Pola Komunikasi Organisasi.....	13
2.3 Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Organisasi	27
2.4 Gaya Komunikasi Organisasi	31
2.5 Kerangka Pikiran.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian.....	36
3.3 Fokus Penelitian.....	36
3.4 Teknis Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	42
4.2 Hasil Penelitian	44
4.3 Pembahasan	48

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

JADWAL PENELITIAN

LEMBAR KONSULTASI

PEDOMAN WAWANCARA

LAMPIRAN GAMBAR

SURAT IZIN PENELITIAN LEMLIT

SURAT REKOMENDASI

HASIL TURNITIN

BIODATA MAHASISWA

DAFTAR TABEL

2.1 Alur Komunikasi Ke Bawah	20
2.2 Alur Komunikasi Ke Atas	25
2.3 Alur Komunikasi Sejajar	26
2.4 Kerangka Pikir Penelitian.....	35
3.1 Model Analisis Data Miles and Huberman	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari manusia, komunikasi menjadi aktivitas paling dasar manusia untuk berhubungan satu sama lain. Setiap manusia akan terlibat dalam komunikasi, baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal. Sama halnya dalam suatu organisasi tidaklah dapat dipungkiri bahwa komunikasi merupakan aspek terpenting, komunikasi memungkinkan orang untuk mengkoordinir kegiatan mereka untuk tujuan bersama. sebab komunikasi salah satu faktor penting dalam kelangsungan perusahaan, tanpa adanya proses komunikasi yang baik antar atasan dan bawahan disebuah organisasi, tentu akan menyebabkan perusahaan tidak akan mencapai tujuan atau target bersama. Organisasi sendiri memiliki arti yaitu suatu unit yang terdiri dari organ-organ yang menjalankan tugasnya masing-masing. Dimana komunikasi berperan menghubungkan bagian-bagian dalam organisasi, maupun organisasi dan masyarakat. Komunikasi dalam organisasi membentuk dua garis besar yaitu komunikasi horizontal : alur interaksi yang datar sedangkan komunikasi vertikal: memiliki alur ke atas (dari atasan ke bawahan) atau ke bawah (dari bawahan ke atasan) Komunikasi vertikal merupakan hal yang sering terjadi dalam suatu organisasi karena adanya tingkatan rendah dan tinggi dalam susunan organisasi.

Kecepatan kinerja yang berjalan dalam suatu organisasi sangat berpengaruh dengan adanya proses komunikasi yang dapat mempermudah menyampaikan informasi sesama anggota organisasi. Setiap anggota yang terlibat dalam organisasi (atasan dan bawahan) wajib mengetahui informasi terbaru dalam perusahaannya. Oleh karena itu, dalam organisasi, proses yang terjalin didalamnya tidak lepas dari aktivitas komunikasi.

Setiap kegiatan dalam upaya penanganan suatu permasalahan dalam perusahaan tidak akan lepas dari pola komunikasi, pola komunikasi dalam organisasi diharuskan selalu tanggap dan selalu merespon dalam menghadapi permasalahan. Masalah yang terjadi dalam organisasi akan teratasi apabila proses komunikasi dalam organisasi berjalan dengan baik, sehingga dapat mengatasi suatu hambatan dalam mengimplementasikan sistem komunikasi organisasi. Proses komunikasi harus dibantu oleh pengunaan pola komunikasi yang efektif. Umumnya setiap organisasi menerapkan pola komunikasi ketika menjalankan tujuan, salah satunya yaitu pola komunikasi vertikal yang mencakup penerimaan dan pengiriman pesan dalam level jenjang (ke bawah dan ke atas), selain vertikal tiap-tiap organisasi juga menerapkan pola komunikasi horizontal yaitu pertukaran informasi secara mendatar yang artinya memiliki kedudukan yang sama atau sejajar (pimpinan dan pimpinan).

Arni Muhammad (2011:107) mengemukakan bahwa alur komunikasi dalam suatu organisasi terbentuk berdasarkan komunikasi formal. Pesan dalam alur formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas.

Keberhasilan dan kegagalan organisasi dalam mencapai target atau tujuan yang ingin dicapai, banyak ditentukan dari kemampuan mereka dalam melakukan komunikasi yang efektif. Dalam organisasi, kepemimpinan merupakan aspek penting untuk menunjang kinerja organisasi, yang terdiri dari atasan dan bawahannya. Hakekatnya sebagian besar kepribadian manusia terbentuk atas hasil integritas social dengan sesama organisasi dan masyarakat. Komunikasi yang melibatkan kedua belah pihak (atasan dan bawahan) harus terjalin *feedback*, dalam hal ini pimpinan haruslah dapat mengajak karyawan untuk mengeluarkan pendapat masing-masing dari setiap karyawan. dengan komunikasi organisasi siapapun (atasan dan bawahan) dapat menyampaikan pendapat, mengometari sebuah pendapat, sehingga mempermudah kelancaran sebuah rapat dengan memecahkan permasalahan yang sering terjadi, promempunyai pengaruh besar dalam suatu perusahaan. Dalam meningkatkan kinerja kerja yang baik diperlukan koordinasi dan arahan yang jelas dari pimpinan. Semakin lengkapnya informasi, data, pengetahuan, dan cara kerja maka kualitas kerja pihak internal dalam organisasi akan meningkat dengan baik. Dengan adanya konsep dari kualitas kerja dapat membantu dalam mengembangkan lingkungan kerja yang kondusif.

PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo yang bergerak dalam bidang distributor oli Castrol memiliki tujuan bersama yaitu mencapai target yang ditentukan, tidak bisa dipungkiri bahwa target kerja merupakan langkah penting harus dilalui kesuksesan dalam perusahaan.

Diantara peran target kerja yaitu memberi petunjuk dan arahan, dalam hal ini sering terjadi miskomunikasi antara *downward* (dari atasan ke bawahan) dan *upward* (dari bawahan ke atasan). Ambiguitas sebuah informasi (ketidak jelasan) akan membuat perbedaan dalam penafsiran terhadap sang penerima. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang distributo oli, pimpinan memberikan arahan mengenai target yang harus dicapai, seperti : program yang dibuat khusus outlet yaitu target program berjalan untuk satu kuartal atau per tiga bulan. Outlet yang ditargetkan harus mencapai 50.000.000 penjualan Castrol selama satu kuartal terkadang bawahan mengartikan bahwa 50.000.000 selama bulan pertama, bulan ke dua 50.000.000 dan sama halnya pada bulan ke tiga, para sales beranggapan tidak akan mungkin mencapai target sehingga penjualan dilakukan dibawah dari 50.000.000 hanya mencapai 10-15 juta. Sedangkan yang dimaksudkan adalah dari penjualan bulan pertama samapi bulan ketiga bisa mencapai 50.000.000. Ketika terjadi kesalah pahaman seperti ini, sang penerima informasi kadang tidak ingin untuk bertanya kembali, secara tidak langsung membuat kinerja kerja suatu organisasi menurun. Dalam berorganisasi komunikasi yang dibangun oleh karyawan di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo tidak lepas dari proses komunikasi vertikal dan horizontal dalam organisasi yang ada.

Oleh karena itu diperlukan upaya dalam peningkatan kegiatan komunikasi yang terjadi. Penerapan pola komunikasi organisasi di PT. Casulut Utama Cabang Gorontalo menjadi penentu terjadinya proses komunikasi yang efektif atau sebaliknya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengkaji lebih dalam bagaimana pola komunikasi organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo, untuk itu penulis mengambil judul “Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo.”

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas,, maka rumusan masalah dalam penilitian ini adalah : “Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo.”

1.2 Tujuan Penelitian

Maksud peneliti ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat sebagai:

1. Dari aspek teoritis.

Hasil penelitian ini, sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian berkaitan tentang “Pola Komunikasi Organisasi”

2. Dari aspek praktisi

Hasil penelitian ini, diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan khususnya pihak PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo, agar dapat meningkatkan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja pimpinan dan karyawan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Konsep Dasar Komunikasi Organisasi

2.1.1 Komunikasi

Istilah komunikasi berawal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Istilah *communis* disebut sebagai awal kata komunikasi, yang menjadi asal dari kata Latin yang mirip dengannya. Kata yang serupa dengan komunikasi yaitu komunitas yang menekankan pada kebersamaan atau kesamaan, komunitas merupakan seikatan orang yang berkumpul untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut *Raymond S. Ross* (1983:27), komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan yang dianut secara sama. Akan tetapi definisi yang kontemporer akan menyarankan bahwa komunikasi yang merujuk terhadap cara dalam berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam sebuah kalimat “Kita mendiskusikan makna” “Kita mengirimkan pesan,” dan “Kita berbagi pikiran.”

Proses komunikasi juga bertujuan untuk terciptanya suatu pendapat atau persamaan pemikiran pada interaksi yang terjalin.

Menurut *Shimp* (1993:8) komunikasi adalah proses untuk menciptakan atau menimbulkan kesamaan pemikiran atau antara yang memberikan tanda dengan yang menerima tanda. Ketika terjadi proses komunikasi, seorang pengirim atau komunikator berkewajiban untuk berupaya agar setiap pesan-pesannya dapat diterima dengan baik oleh penerima atau komunikasi. Secara umum fungsi

terjadinya proses komunikasi untuk memberikan informasi atau pesan terhadap orang lain, para pakar dari komunikasi sendiri mengemukakan fungsi yang berbeda-beda meskipun tidak sedikit terdapat tumpang tindih dan kesamaan tiap pendapat.

Hafied Cangara (2014:35) mengemukakan komunikasi merupakan proses penyampaian informasi atau pesan antar satu sama lain dengan tujuan mengetahui perilaku dan pengetahuan seseorang. Dari pengertian tersebut, maka bisa dikatakan bahwa suatu proses dalam komunikasi tidak akan berlangsung tanpa adanya unsur-unsur komunikasi; pengirim, pesan, media/saluran, penerima, dan pengaruh.

1. Sumber

Setiap peristiwa komunikasi melibatkan sumber sebagai pengirim atau pembuat pesan, sumber sendiri terdiri dari satu orang dan kelompok misalnya organisasi atau partai. Sumber diistilahkan sebagai pengirim dan komunikator.

2. Pesan

Pesan yang disampaikan pengirim pada penerima, isinya berupa informasi, ilmu pengetahuan, nasihat. Pesan yang disampaikan melalui tatap muka atau bisa melalui media komunikasi

3. Media

Media merupakan alat yang digunakan dalam proses penyampaian atau memindahkan pesan atau informasi kepada penerima.

4. Penerima

Penerima merupakan pihak yang menjadi tujuan pesan yang dikirim dari sumber. Penerima pesan terdiri dari satu orang atau bisa lebih dalam bentuk kelompok. Dalam proses penerima menjadikan tujuan dari komunikasi, jika suatu informasi atau pesan tidak diterima sang penerima maka akan berdampak terhadap masalah yang seringkali menuntut pada perubahan apakah dari saluran, sumber, atau pesan.

5. Pengaruh

De Fleur (1999:22) mendefinisikan pengaruh yaitu perbedaan antara yang dirasakan, dilakukan, dan dipikiran penerima sebelum dan sesudah ketika menerima sebuah pesan. Pengaruh ini terjadi pada sikap atau tingkah laku seseorang dan pengetahuan. Karena itu, pengaruh diartikan perubahan seseorang akibat penerimaan informasi atau pesan.

6. Umpaman balik (*feedback*)

merupakan tanggapan yang dari komunikator ketika komunikator sedang menyampaikan pesannya. Dalam arti singkat, *feedback* dikatakan sebagai respon atau tanggapan terhadap pesan. Umpaman balik yang ditimbulkan dalam proses komunikasi memberikan suatu gambaran terhadap komunikator berkaitan dengan hasil komunikasi. Umpaman balik merupakan satu – satunya elemen yang dapat menentukan komunikasi yang berlangsung berhasil atau gagal.

Deddy Mulyana (2003:18) mengemukakan konteks-konteks komunikasi berdasarkan tingkatannya, dari komunikasi yang melibatkan sejumlah peserta dalam proses komunikasi paling sedikit sampai pada komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak. Konteks-konteks komunikasi meliputi:

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri. Sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya akan berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya terkadang tidak disadari. Keberhasilan suatu komunikasi orang dengan orang lain tergantung dalam keefektifan komunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi secara tatap muka antara orang-orang, memungkinkan setiap anggota menangkap reaksi secara langsung. Ciri khas dari komunikasi antar pribadi yaitu dua arah atau timbal balik

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok yaitu sekumpulan anggota yang memiliki tujuan bersama, berinteraksi dalam mengenal satu sama lain dan mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, komunikasi kelompok terkadang merujuk dalam komunikasi yang dilakukan kelompok kecil.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik yaitu proses komunikasi antara seorang dengan khalayak. Komunikasi public memiliki ciri-ciri: terjadi ditempat umum, memiliki agenda, menjalankan fungsi-fungsi khusus. Komunikasi publik bertujuan memberikan penerangan, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam organisasi, bersifat formal dan informal. Komunikasi formal merupakan komunikasi yang tersusun dalam struktur organisasi, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal, sedangkan pada komunikasi informal tidak bergantung dalam struktur organisasi.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media, baik elektronik maupun cetak, dikelola suatu lembaga yang ditujukan pada sejumlah besar orang. Pesan komunikasi massa bersifat umum, disampaikan secara serenta, cepat, dan selintas (khusus dalam media elektronik).

2.1.2 Organisasi

Kata organisasi berasal dari bahasa Latin (*organizare*), secara harfiah yaitu gabungan dari bagian-bagian yang saling bergantung. Para ahli menyebutkan gabungan itu “*system*”, namun ada pendapat para ahli lainnya menamakannya “*sarana*”.

Menurut *Evert M. Rogers* (dalam bukunya *Communications in Organization*): organisasi menjadi sistem yang mapan dari anggota yang bekerja sama dalam mencapai suatu tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Sebagai sarana dimana dari manajemen semua sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur yang formal dari tugas dan wewenang. (Muhammad Arni, 2011:23)

Schein (1982:23) Mendefinisikan Organisasi merupakan suatu koordinasi rasional dengan kegiatan sejumlah orang dalam mencapai tujuan umum melalui tanggung jawab, fungsi melalui hierarki otoritas, dan pembagian pekerjaan. Organisasi memiliki beberapa karakteristik tertentu yaitu memiliki struktur dan tujuan yang saling berkaitan dari bagian yang satu dan bagian lainnya yang tergantung pada komunikasi manusia dalam mengkoordinasi sebuah organisasi.

Kochler (1976:59) mengemukakan bahwa organisasi merupakan sebagai system hubungan yang terstruktur dalam mengkoordinasi orang atau anggota untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Arni Muhamad (2005:42) Organisasi memiliki fungsi diantaranya

1. Memenuhi Kebutuhan Pokok Organisasi.
2. Mengembangkan Tugas dan Tanggung Jawab.
3. Memproduksi Barang atau Orang.
4. Mempengaruhi dan Dipengaruhi Orang

2.1.3 Komunikasi Organisasi

Goldhaber (1986:98), mendefinisikan 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 yang selalu berubah-ubah.

Menurut Abdullah Masmuh (2011:5) Komunikasi organisasi merupakan pengirim dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Bagian yang termasuk dalam bidang ini yaitu hubungan manusia, hubungan persatuan internal, komunikasi dari atas ke bawah atau *downward*, komunikasi dari bawah ke atas atau *upward*, komunikasi horizontal atau komunikasi yang terjadi pada tingkatan yang sama atau selevel, keterampilan berbicara, menulis, mendengarkan, komunikasi evaluasi program dan komunikasi internal.

Stewart L. Tubbs dan Sylvie Moss (1996:166) mengatakan, beberapa ciri utama komunikasi organisasi adalah faktor-faktor structural dalam organisasi yang mengharuskan para anggotanya bertindak sesuai dengan peranan yang diharapkan.

Menurut *Joseph A. Devito* (1997:340) komunikasi organisasi merupakan pengirim dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi – di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Komunikasi formal merupakan komunikasi yang telah disetujui dari organisasi itu sendiri dan bersifat orientasi terhadap organisasi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial.

2.2 Pola Komunikasi Organisasi

Syaiful Bahri Djamarah (2004:1): Pola komunikasi bisa dipahami sebagai pola suatu hubungan antara dua orang maupun lebih dalam penerimaan dan pengiriman pesan atau informasi dengan cara yang tepat dan benar sehingga informasi yang diterima dapat dipahami.

Tantangan upaya penentuan pola komunikasi organisasi yaitu bagaimana menyampaikan dan menerima suatu infromasi keseluruh bagian organisasi. Pola komunikasi yang berjalan terhadap sebuah organisasi dapat dilihat dari bentuk aktivitas kegiatan rapat rutin, umunya pola komunikasi yang terjadi dalam aktivitas rapat rutin dikelompokan berdasarkan fungsional alur komunikasi yang terdiri dari arus vertikal (*upward* dan *downward*) dan arus horizontal.

2.2.1 Arus Komunikasi Vertikal

Yulianita (2007:92) mendefinisikan bahwa komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi di dalam kelompok atau organisasi dari atas kebawah (*downward*) dan komunikasi dari bawah ke atas (*upward*) yaitu komunikasi

antara bawahan dengan pimpinan. Proses penyampaian pesan melalui saluran komunikasi formal dalam konteks komunikasi vertikal di terjadi dalam kondisi kerja.

Wursanto (dalam bukunya *Etika Komunikasi Kantor*, 1992:52) menjelaskan keuntungan komunikasi vertikal secara dua arah meliputi: Semua informasi atau pesan dapat diterima dengan lebih jelas, tepat dan akurat karena segala sesuatunya harus dimintakan penjelasan, adanya suatu kejelasan antara kedua belah pihak sehingga penerima informasi merasa puas, mampu menimbulkan suasana kerja yang penuh demokratis, kekeluargaan, serta kearaban, dan kesalahpahaman dalam organisasi tersebut dapat diterima.

Robbins (2001:65) menguraikan komunikasi vertikal yaitu komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam suatu organisasi atau kelompok ke suatu tingkat yang lebih tinggi atau tingkat yang lebih rendah secara timbal balik.

Effendy (1993:58) mengemukakan komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang berlangsung dari atas ke bawah atau komunikasi dari pimpinan secara timbal balik. Dalam proses komunikasi vertikal pimpinan memberikan sebuah penjelasan-penjelasan, intruksi-intruksi, dan arahan kepada bawahannya. Dari pada itu bawahannya memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan dan segalanya terhadap pimpinan.

2.2.2 *Downward Communication* (Komunikasi ke Bawah)

Komunikasi ke bawah merujuk pada penyampaian pesan atau informasi dari atasan atau pemimpin ke bawahannya. Komunikasi kebawah sering digunakan dalam menyampaikan informasi yang berkenaan dengan pemeliharaan dan tugas-tugas.

Stephen P. Robbins (1999:148) mendefinisikan komunikasi ke bawah (*downward*) Suatu proses komunikasi yang terjadi pada tingkatan tertentu dalam sebuah organisasi atau kelompok ke tingkatan yang rendah disebut komunikasi ke bawah. Ketika membayangkan setiap manager berkomunikasi dengan bawahan, maka komunikasi dengan pola kebawah (*downward*) adalah pola yang pada umumnya diperkirakan. Pola tersebut digunakan oleh para pemimpin atau tingkatan yang tinggi untuk mencapai tujuannya. Seperti bentuk upaya menginformasikan peraturan dan 26 prosedur-prosedur yang berlaku terhadap anak buahnya, menentukan masalah yang perlu perhatian , dan memberikan instruksi kerja,.

Tetapi komunikasi dalam bentuk ini tidak selalu harus terjalin bertatap muka secara langsung atau secara lisan. Surat ataupun memo yang dikirimkan oleh direksi terhadap bawahannya juga termasuk komunikasi ke bawah.

Menurut *Michael T. Matteson, Robert Konopaske, John M. Ivancevich* (2006: 121) Dalam banyak setiap organisasi, komunikasi *downward* atau ke bawah sering kali tidak akurat dan tidak mencukupi, seperti terjadi dalam sebuah

pernyataan yang sering kali terdengar dari setiap anggota organisasi bahwa tidak memahami apa yang sesungguhnya terjadi dalam organisasi tersebut. Bentuk keluhan seperti ini akan menunjukkan terjadinya komunikasi yang terjalin tidak secara efektif dan kebutuhan setiap individu akan pesan atau informasi yang relevan dengan pekerjaan mereka.

Yulius Eka Agung Saputra (2014:172) komunikasi *downward* atau dari atasan ke bawahan mencakup beberapa informasi dalam orgnaisasi, meliputi: informasi berkaitan dengan bagaimana melakukan pekerjaan, tentang suatu dasar pemikiran dalam melakukan pekerjaannya, informasi tentang praktik dan kebijakan organisasi, informasi yang berkaitan dengan kinerja pegawai, serta sebuah informasi upaya mengembangkan rasa memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap tugas.

Menurut *Lewis* (2000:43) komunikasi ke bawah adalah untuk merubah sikap, untuk menyampaikan tujuan, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, membentuk pendapat, mencegah kesalahpahaman karena kurangnya informasi, dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyusaikan diri dengan perubahan.

Poppy Ruliana (20016:156) fungsi arus komunikasi ke bawah dalam organisasi meliputi:

- a. Penyampaian atau pemberian instruksi kerja
- b. Penyampian informasi tentang peraturan yang berlaku

- c. Penjelasan dari pimpinan mengenai mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan
- d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik

Menurut *Katz* dan *Kahn* (dalam *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2000:19) komunikasi *downward* atau dari atas ke bawah terjadi ketika pihak atas mengirimkan suatu informasi atau pesan kepada bawahan.

Bentuk komunikasi dikelompokan menjadi 5 tipe, meliputi:

1. Instruksi Kerja (*Job Instruction*), yaitu komunikasi yang mengarah pada perintah penyelesaian tugas-tugas bagaimana melakukannya atau apa yang harus dilakukan.
2. Rasio Kerja (*Job Rationale*), merupakan komunikasi yang merujuk pada penjabaran atau penjelasan bagaimana satu tugas saling berkaitan sehingga menghasilkan sebuah pemahaman terhadap tugas.
3. Prosedur dan Pelaksanaan (*Procedure and Practice*), merupakan sekumpulan informasi tentang manfaat, peraturan, regulasi dan kebijakan-kebijakan yang ada.
4. Umpaman Balik (*Feedback*), merupakan informasi tentang efektivitas kinerja anggota atau seseorang dan menghargai bagaimana individu melakukan tugas-tugasnya dengan baik.

Menurut Muhammad (2009:115) bentuk komunikasi yang biasa digunakan dalam metode komunikasi ke bawah mencakup:

- a. Metode lisan: rapat, diskusi, seminar, konferensi, interview, telepon, sistem interkom, kontak interpersonal.
- b. Metode tulisan: majalah, memo, surat kabar, telegram, deskripsi pekerjaan, laporan tertulis, dan pedoman kebijaksanaan.
- c. Metode gambar: poster, peta, grafik, film, display, slide dan foto.

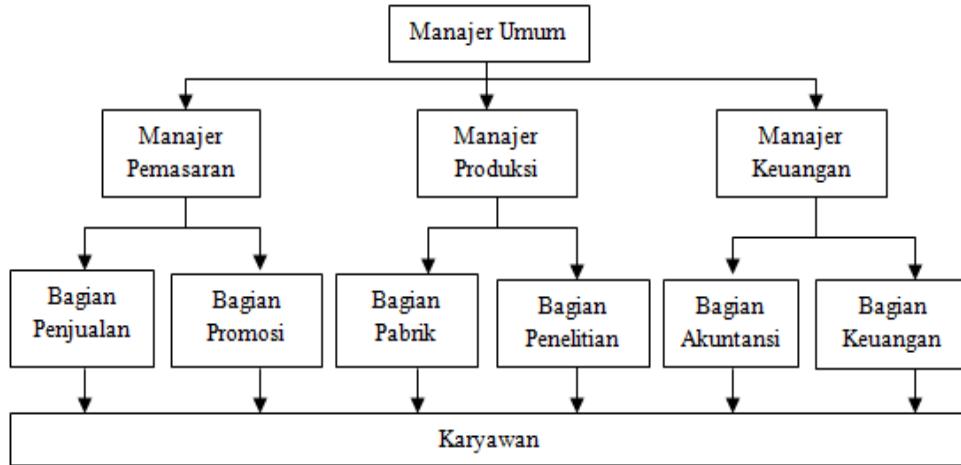
Yulianita (2012:100) mendefinisikan Komunikasi *downward* yang dilakukan dari atasan kepada bawahannya, yang artinya alur komunikasi mengalir dari suatu tingkat manajemen puncak ke manajemen menengah setelah itu ke manajemen yang lebih rendah dan berakhir sampai kepada karyawan oprasional.

Komunikasi dari atas kebawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe yaitu :

1. Perintah (*Intruksi*) merupakan hal yang sering dilaksanakan dalam konteks komunikasi dari atasan kepada bawahan, upaya melakukan perintah ini dapat dilakukan dengan baik secara lisan maupun tulisan.
2. Pengarahan (*Briefing*) yaitu tindakan dalam memberikan penjelasan – penjelasan secara singkat dan jelas atau pertemuan upaya memberikan penerangan secara ringkas. Biasanya hal tersebut dilakukan oleh para pimpinan atau manajer yang mengundang seluruh karyawan untuk menerima penjelasan mengenai suatu situasi atau peraturan-peraturan tertentu yang seharusnya dilakukan secara bersama-sama. Pada prinsipnya pengarahan yang

dilaksanakan adalah pengarahan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas sesuai dengan tujuan dari organisasi.

3. Pemberian Informasi yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan Perusahaan seperti tentang sejarah organisasi, aturan-aturan organisasi, prosedur, dan aplikasi organisasi, hal-hal lain yang berhubungan dengan penyebarluasan pesan atau informasi.
4. Melakukan teguran upaya mencapai keberhasilannya suatu organisasi, maka seorang pimpinan memiliki hak dan harus bisa untuk melaksanakan setiap teguran-teguran pada tingkatan lebih rendah yang lalai dalam menjalankan sebuah tugas atau intruksi , baik secara tulisan maupun lisan.
5. Penanaman ideologi dari pimpinan perusahaan terhadap bawahannya tentu merupakan penanaman ideologi yang harus sesuai dan telah melalui kesepakatan pihak perusahaan sebagai bentuk upaya pimpinan dalam menyampaikan dan menanamkannya terhadap diri karyawan, sehingga akan dapat menumbuhkan tingkat semangat kerja terhadap organisasi.
6. Memberikan penghargaan yang dilakukan pada peristiwa penting . Dalam hal tersebut pimpinan perusahaan bisa memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi.



Tabel 2.1 : Alur Komunikasi Ke Bawah

2.2.3 *Upward Comunications* (Komunikasi ke Atas)

Menurut Purwanto (2006:40), komunikasi ke atas atau *upward* merupakan alur sebuah informasi yang disampaikan berawal dari bawah menuju ke atas. Informasi yang akan disampaikan bermula dari karyawan atau bawahan dan selanjutnya ke alur yang lebih tinggi. Seperti manajer produk dan ke manajer umum.

Menurut Arni Muhammad (2009:32), Komunikasi ke atas merupakan pesan yang mengalir dari bawahan ke atasan atau dari tingkat yang rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas. Tujuan dari komunikasi untuk memberikan saran, memberikan balikan, dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini memiliki efek dalam menyempurnakan moral dari sikap para karyawan, tipe pesan adalah pembaruan dan integrasi.

Pace dan Farhan (1998:190) mendefinisikan bahwa isi dari komunikasi ke atas harus mengandung pesan tentang: memberitahukan apa saja yang akan dilakukan bawahan terhadap pekerjaan mereka, rencan-rencana untuk waktu yang mendatang , kemajuan, dan prestasi. Menjelaskan persoalan pekerjaan yang belum terpecahkan oleh bawahan mungkin membutuhkan beberapa macam bantuan. Memberikan gagasan atau saran untuk perbaikan organisasi mereka atau unit-unit sebagai suatu keseluruhan. Mengungkapkan bagaimana perasaan dan pikiran bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi.

Himstreet dan *Baty* (2003:100) mengemukakan komunikasi dari atas ke bawah (*upward*) adalah lebih mengutamakan *feedback* dari bawahan yang berkaitan dengan permohonan serta perilaku pimpinan atau tindakan, umumnya pernyataan dari seorang bawahan merupakan hal yang berkaitan dengan apa yang difikirkan dan diinginkan atasannya untuk selalu di Dengarkan bawahan walaupun informasi dari atasan sering kali berlawanan dengan kenyataan yang di diobervasi atau diperspsi bawahan. Komunikasi *upward* atau dari bawahan ke atas menjadi dasar dari kepercayaan seseorang pimpinan atau atasan, komunikasi *upward* sering menjadi ancaman terhadap seorang bawahan, inilah yang mungkin menjadi penyebab seringkali suara bawahan yang ditunjukan kepada atasan agak sedikit tersendat.

Pace (1989): Komunikasi upward memiliki beberapa fungsi tertentu:

1. Dengan adanya komunikasi ke atas (*upward*) supervisor bisa mengetahui kapan bawahan siap diberi informasi dari mereka dan bagaimana baiknya mereka menerima apa yang disampaikan pada karyawan.
2. Arus komunikasi ke atas (*upward*) memberikan suatu informasi yang berharga bagi pembuat keputusan.
3. Komunikasi ke atas (*upward*) dapat memperkuat loyalitas karyawan dan apresiasi terhadap suatu organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk mengajukan ide-ide, menyanyakan pertanyaan, dan saran-saran tentang jalannya organisasi
4. Komunikasi ke atas (*upward*) membolehkan bahkan mendorong desas-desus muncul dan membiarkan supervisor mengetahuinya.
5. Komunikasi ke atas (*upward*) menjadikan supervisor mampu menentukan apakah bawahan menangkap arti seperti apa yang dia maksudkan dari arus informasi yang ke bawah.
6. Komunikasi ke atas (*upward*) membantu karyawan mengatasi masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas-tugasnya dan organisasi.

Gary Kreps (2006:121) menjelaskan komunikasi ke atas berperan dalam melakukan beberapa fungsi penting, yaitu: a) Komunikasi ke atas (*upward*) menyediakan umpan balik bagi setiap manager mengenai isu-isu dalam organisasi

terbaru, masalah yang akan dihadapi, dan informasi tentang operasi dari hari ke hari yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan mengenai tentang bagaimana menjalankan sebuah organisasi. b) Hal tersebut merupakan sumber utama terhadap manajemen dalam mendapatkan umpan balik untuk penetuan seberapa efektif komunikasi ke bawah dalam organisasi. c) Membantu mengurangi ketegangan yang ada pada karyawan dengan memberikan sebuah kesempatan terhadap anggota organisasi dalam tingkat lebih rendah untuk memberikan informasi yang relevan dengan atasan. d) Dapat mendorong keterlibatan dan partisipasi karyawan, oleh karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi.

Yulius Agung Saputra (2014:172), menguraikan pentingnya komunikasi ke atas meliputi:

- a. Memberikan informasi berharga upaya dalam membuat keputusan.
- b. Mendorong setiap keluh kesah muncul ke permukaan sehingga membantu mengetahui apa yang mengganggu mereka.
- c. Memberitahu penyelia kapan bahwa bawahan siap memberikan pesan atau informasi.
- d. Menumbuhkan loyalitas dan apresiasi terhadap organisasi dengan memberi kesempatan pegawai untuk mengajukan sebuah pertanyaan serta menyumbang gagasan.
- e. Mengizinkan penyelia dalam menentukan apakah bawahan mengerti apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah.

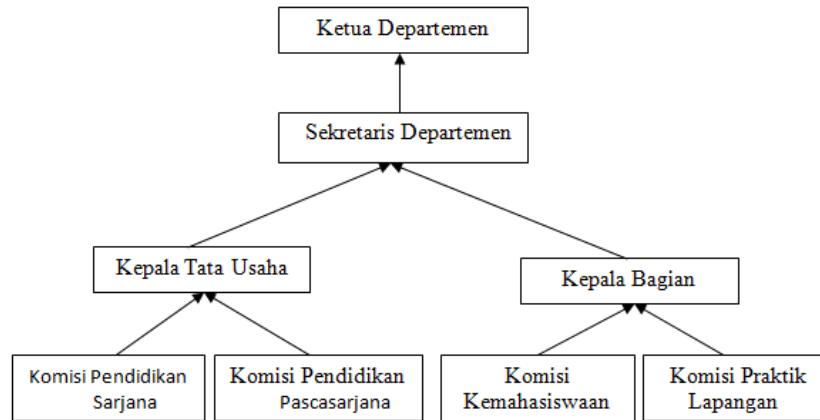
- f. Membantu karyawan mengatasi masalah dalam pekerjaan mereka.

Smith (1986:114) menjelaskan *upward communications* berfungsi sebagai balikan bagi pemimpin memberikan petunjuk menegnai keberhasilan sebuah pesan yang disampaikan ke bawahan dan dapat member stimulus ke karyawan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijaksanaan bagi organisasinya.

David dan *Newstrom* mengidentifikasi sarana yang dinilai bisa komunikasi vertikal arus ke atas (*upward communications*) yaitu:

1. Rapat dan pertemuan karyawan, membicarakan berbagai hal mengenai kebutuhan dan setiap masalah yang dihadapi karyawan, dan diadakan secara periodik.
2. Kebijaksanaan pintu terbuka, mendorong karyawan untuk berinsiasi datang kepada atasan untuk membicarakan berbagai hal yang relavan dan penting dengan pekerjaan
3. Menyediakan kotak saran dan penerbitan bulletin.
4. Partisipasi dalam kelompok-kelompok social yang diadakan perusahaan.

(dalam *Muhammad*, 2009:112)



Tabel 2.2 : Alur Komunikasi Ke Atas

2.2.4 Komunikasi Horizontal

Arni Muhammad (2004:38) menguraikan komunikasi horizontal pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti pemecahan masalah, koordinasi, saling memberikan informasi dan penyelesaian konflik.

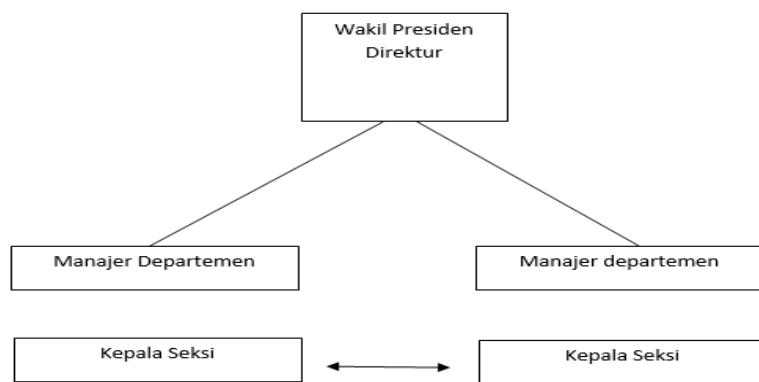
Menurut *Kreps* (1990:207) aliran komunikasi horizontal merupakan komunikasi diantara anggota hierarki yang sama. Managemen perlu mendorong komunikasi horizontal antara karyawan terutama pada situasi organisasi yang kompleks dimana koordinasi kerja dan penyelesaian masalah sangat dibutuhkan.

Abdullah (2008:68) mendefinisikan komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama.

Unit kerja mencakup tiap-tiap individu yang ditempatkan pada tingkatan otoritas yang sama dalam organisasi dan memiliki atasan yang sama.

Menurut Muhammad (2004 39) komunikasi horizontal memiliki tujuan tertentu, meliputi:

1. Mengkoordinasikan setiap tugas. Kepala-kepala bagian dalam organisasi kadang perlu mengadakan rapat untuk mendiskusikan bagaimana tiap bagian memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Saling membagi segala informasi untuk aktivitas-aktivitas dan perencanaan.
3. Memecahkan masalah yang timbul diantara orang-orang yang berada dalam tingkatan yang sama.
4. Menyelasaikan konflik diantara anggota yang berada dalam bagian organisasi dan juga bagian lainnya.
5. Menjamin pahaman yang sama.
6. Mengembangkan sokongan dalam interpersonal.



Tabel 2.3 : Alur Komunikasi Sejajar

2.3 Hambatan-hambatan Komunikasi dalam Organisasi

Abdullah Masmuh (2010:55) meringkas beberapa hambatan komunikasi dalam organisasi diantarnya:

1. Penyaringan (*filtering*) : Komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim sehingga nampak lebih bersifat menyenangkan bagi sang penerima. Komunikasi seperti dapat berakibat buruk bagi suatu organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang akan dihasilkan berkualitas rendah dan salah.
2. Persepsi selektif : Keadaan dimana penerima pesan di dalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, bisa jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dengan didengar oleh orang lain. Oleh sebab itu persepsi seperti ini dapat menjadi penghambat komunikasi yang efektif.
3. Perasaan : Bagaimana persaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang di saat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika ia menerima pesan itu dalam keadaan normal.
4. Bahasa : Kata-kata mempunyai makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Terkadang arti dari sebuah kata tidak berada pada kata itu sendiri tetapi pada kita.

Wursanto (1987:70) menuliskan enam hambatan komunikasi dalam organisasi, yaitu:

1. Hambatan bersifat teknis

Kurangnya prasarana dan sarana yang dieprlukan oleh organisasi, penguasaan metode dan teknik berkomunikasi yang tidak memadai, serta kondisi fisik yang memungkinkan tidak terjadinya komunikasi yang efektif.

2. Hambatan perilaku

Pandangan yang bersifat apriori (beranggapan sebelum melihat), prasangka yang berdasarkan pada emosi, sauna yang otoriter, sifat egosentri, dan tidak ada kemauan untuk berubah.

3. Hambatan bahasa

Semua yang digunakan dalam proses penyampaian informasi atau berita, yaitu: bahasa lisan dan tulisan, serta gerak-gerik. Penggunaan bahasa seorang komunikator atau pemimpin tanpa menghiraukan kemampuan orang yang diajak berbicara atau bawahan akan dapat menimbulkan salah pengertian atau *miscommunication*.

4. Hambatan sturktur.

Hambatan yang disebabkan adanya perbedaan job dalam suatu struktur organisasi, dan perbedaan tingkat. Terkadang seorang bawahan akan merasa takut dan merasa malu berhubungan dengan pemimpin atau atasan yang

cukup disegani dan berwibawa, akibatnya komunikasi yang terjalin antara atasan dan bawahan tidak akan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

5. Hambatan jarak.

Komunikasi akan lebih mudah jika kedua belah pihak yang saling berinteraksi berada dalam suatu tempat yang tidak berjauhan, akan tetapi pada umumnya setiap karyawan dalam karyawan tidak selalu berada dalam satu tempat terlebih ketika suatu organisasi memiliki cabang-cabang yang tersebar diberbagai wilayah atau tempat.

6. Hambatan latar belakang

Perbedaan latar belakang dapat menimbulkan hambatan proses komunikasi dalam organisasi, pada prinsipnya hambatan ini diklasifikasikan menjadi dua yaitu latar belakang social dan pendidikan.

Ivansevich, Gibson, Donnelly (2004:43) menjelaskan hambatan komunikasi dalam organisasi mencakup:

1. Kerangka acuan: Latar belakang pengetahuan yang berbeda akan menghambat proses komunikasi karena memiliki pemahaman yang berbeda-beda.
2. Bahasa : Perbedaan persepsi yang berhubungan dengan bahasa, karena tiap orang akan menggunakan persepsi tentang suatu pesan atau infomasi dari orang lain menggunakan bahasa.
3. Menyimak selektif : Bentuk persepsi yang selektivitas, cenderung menghambat suatu informasi terlebih jika bertentangan dengan pendapat kita.

4. Masalah semantik : Komunikasi didefinisikan penyampaian informasi dan pengertian menggunakan tanda yang sama. Namun seringkali terhambat karena sebuah bungkapan abstrak atau teknis yang dipahami secara berbeda.
5. Adanya perbedaan status : Perbedaan komunikasi dalam suatu tingkatan hierarki dalam organisasi, diantaranya jabatan, gelar seseorang, dan kedudukan.
6. Tekanan waktu : Menyebabkan komunikasi yang dilakukan akan serampangan dan tergesa-gesa atau buru-buru.
7. Beban layak komunikasi : Banyak informasi yang diterima terlalu banyak sehingga seolah-olah informasi yang didapatkan akan tertimbun.
8. Penyaringan : Hambatan ketika anggota menutupi informasi yang didapatkan kurang menyenangkan dalam menyampaikan informasi ke atasan.

Effendi (1999:68) mengemukakan terdapat berapa hambatan-hambatan komunikasi dalam organisasi yang sering terjadi, meliputi:

1. Gangguan: terdapat dua jenis gangguan yang menurut sifatnya, diklasifikasikan sebagai gangguan sematik dan gangguan mekanik.
 - a. Gangguan Mekanik merupakan gangguan yang diakibatkan dari kegaduhan yang bersifat fisik. Seperti bunyi kendaraan yang terdengar ketika pemimpin berbicara dalam sebuah pertemuan.
 - b. Gangguan Sematik yaitu berkaitan dengan informasi komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak akibat penggunaan bahasa yang kurang

dipahami. Banyaknya kekacauan terkait pengertian dari istilah atau konsep yang diungkapkan oleh komunikator dan diartikan lain oleh komunikator sehingga menimbulkan terjadinya salah pengertian.

2. Kepentingan: Kepentingan akan menjadikan seseorang akan selektif dalam menghayati atau menanggapi sebuah pesan. Kepentingan mempengaruhi perhatian, menentukan daya tanggap, pikiran, tingkah laku dan perasaan kita akan merupakan sikap reaktif terkait segala perangsang yang tidak bertentangan dengan sebuah kepentingan.

3. Motivasi Terpendam: motivasi sejatinya akan membantu seseorang dalam melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kekurangan, dan kebutuhannya.

Ketika komunikasi sesuai dengan motivasi seseorang, maka semakin besar peluang komunikasi tersebut bisa diterima dengan baik dari pihak yang bersangkutan, dan begitu sebaliknya.

4. Prasangka: Prasangka menyebabkan komunikator berfikir tidak rasional dan berpandangan negative atau buruk terhadap komunikasi yang sedang berlangsung.

2.4 Gaya Komunikasi Organisasi

Ruliana (2016:39) menjelaskan di mana komunikasi tersebut dibedakan menjadi enam model, yaitu sebagai berikut.

1. *The Controlling Style* merupakan gaya komunikasi mengendalikan. Ciri khas dari gaya ini yaitu dengan adanya kehendak upaya mengatur atau

membatasi perilaku. Komunikasi yang terjalin cenderung berjalan secara satu arah, serta cenderung dalam memusatkan perhatian terhadap pengiriman informasi dibanding upaya untuk memperoleh umpan balik.

Secara umum, pemakai gaya komunikasi ini tidak merasa khawatir dengan pandangan negatif dari orang lain. Mereka menerapkan kekuasaan untuk membatasi serta memaksa orang lain, mengendalikannya untuk mengikuti pandangannya. Gaya komunikasi seperti ini biasanya berbentuk persuasi atau kritik kepada orang lain yang bersifat memberikan contoh dan mengendalikan.

2. *The Equalitarian Style* merupakan gaya komunikasi dua arah yang berlandas terhadap aspek kesamaan. Gaya komunikasi ini memiliki ciri khas yaitu adanya arus komunikasi secara timbal balik.

Komunikasi ini cenderung dilakukan secara terbuka, lebih efektif dalam membangun empati serta sebuah kerja sama karena pengguna gaya komunikasi seperti ini cenderung mempunyai rasa kepedulian dan mampu membangun hubungan baik dengan pihak lainnya.

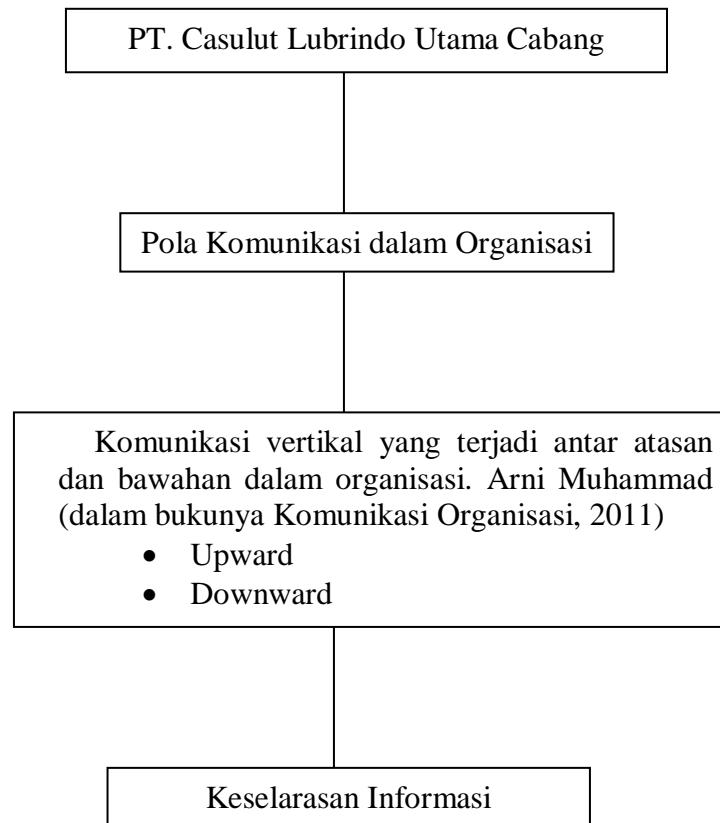
3. *The Structuring Style* merupakan gaya komunikasi yang terstruktur untuk memanfaatkan pesan verbal upaya memantapkan perintah, struktur, jadwal, dan tanggung jawab. Gaya ini cenderung digunakan untuk memengaruhi orang lain dengan berbagi cara informasi berkaitan tata tertib dan budaya yang berlaku dalam suatu organisasi.

4. *The Dynamic Style* merupakan gaya komunikasi yang agresif dan dinamis, cenderung digunakan oleh sales, kampanye, dan marketing. Gaya komunikasi ini bertujuan memengaruhi, merangsang, dan menstimulasi orang lain dalam melakukan suatu tindakan. Komunikasi ini berorientasi terhadap tindakan sehingga tepat untuk digunakan dalam keadaan kondisi kritis.
5. *The Relinquishing Style* adalah gaya komunikasi yang cenderung memberikan gagasan, saran, masukan, dan pendapat kepada orang lain. Gaya ini menjauhi cara membatasi dan memerintah walaupun pengirim pesan atau informasi mungkin saja mempunyai posisi yang memungkinkan dalam mengontrol dan memerintah.
6. *The Withdrawal Style* adalah gaya komunikasi yang menghindari keterlibatan dalam persoalan atau masalah. Penyebab seseorang menggunakan gaya komunikasi ini bisa jadi karena masalah pribadi, atau ketidaksiapan dalam komitmen maupun konsekuensi. Ciri khas gaya ini adalah menghindari masalah, bukan perkara menyelesaikan suatu masalah. Karenanya, gaya komunikasi seperti ini dinilai tidak layak untuk diterapkan dalam suatu organisasi.

2.5 Kerangka Pemikiran

PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo sebagai salah satu distributor oli di wilayah Gorontalo yang menekankan pada pencapaian target yang telah ditetapkan sang Manajer, namun pada tahun 2018 penjualan menurun mencapai ± 4 milyar rupiah dan tidak mencapai target yang telah ditentukan sebesar 8-10 milyar rupiah. Kondisi tersebut diakibatkan oleh pemaknaan bahasa tidak dapat dimengerti atau dipahami sang penerima pesan, sehingga terjadinya mis komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Oleh karena itu, dibutuhkan pola komunikasi organisasi dalam setiap tingkatan, sebagai bentuk upaya meningkatkan kualitas kerja dalam organisasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Tabel 2.4 : Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pikir penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka yang menjadikan objek dalam penelitian ini adalah Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo. Adapun waktu yang diperlukan selama kurang lebih 2 bulan. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo yang berlokasi di Jln. Tirtonadi No. 18 Kel. Tapa, Kec. Sipatana, Kota Gorontalo.

3.2 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penyusun menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dimana peneliti adalah instrument kunci. (Sugiyono, 2014:15)

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada aktivitas Pola Komunikasi Organisasi PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo.

3.1.1 Informan Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang memberikan informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini informan yang ditetapkan berdasarkan keterkaitan mereka dengan tema penelitian yang diangkat oleh penyusun.

Adapun informan yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepala Depo di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo (1 orang)
2. Staf Karyawan di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo (5 orang)

Dengan demikian, keseluruhan informan yang akan menjadi sumber informasi atau nara sumber penyusun dalam penelitian ini berjumlah 6 orang.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan penyusun dalam penelitian ini terdiri atas dua, sebagai berikut :

- a. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari para informasi di lokasi penelitian melalui wawancara
- b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh di lokasi penelitian yang dapat berupa dokumen-dokumen yang memiliki hubungan atau keterkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti melalui literature-literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, dan lain sebagainya.

3.1.3 Prosedur Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data di tempat penelitian, maka penyusun melakukan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi atau pengamatan, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada lokasi penelitian.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:156), observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap suatu objek yang terdapat dalam suatu lingkungan baik yang sedang berlangsung pada satu itu maupun yang masih berjalan mencakup segala bentuk aktivitas perhatian terhadap kajian objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

- b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan untuk mendapat informasi lebih jauh terkait permasalahan yang diteliti.

Lexy J. Moleong (1991:135) Mengemukakan bahwa wawancara berkaitan dengan tujuan percakapan yang telah ditentukan. Dalam metode tersebut responden dan peneliti secara langsung atau bertatap muka upaya memperoleh informasi secara lisan maupun tulisan dengan mendapatkan data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian.

- c. Dokumentasi, menurut Sugiyono (2013:84) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dilakukan dalam bentuk karya-karya monumental dari seseorang, tulisan, atau gambar.

3.2 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2007:91) analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh narasumber. Bila jawaban yang diwawancarai setelah analisis dilakukan belum memuaskan, maka peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan lagi sampai tahap diperoleh data yang dianggap kredibel atau dapat diterima. Huberman dan Miles (dalam Sugiyono, 2007:91) mendefinisikan aktivitas dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga tuntas sehingga datanya selalu jenuh. Aktivitas yang dilakukan dalam analisis data mencakup *collection, reduction, display* dan *conclusion drawing/verification*.

a. *Data collection* atau pengumpulan data.

Analisis data dalam penelitian kualitatif mulai dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari narasumber yang telah diwawancarai.

b. *Data reduction* atau suatu proses transformasi dari data mentah.

Data yang diperoleh lapangan cukup banyak, oleh karena itu perlu dicatat lebih rinci dan teliti. Mereduksi data artinya merangkai, memilah hal-hal yang inti, focus pada bagian-bagian yang terpenting, mencari pola dan temanya.

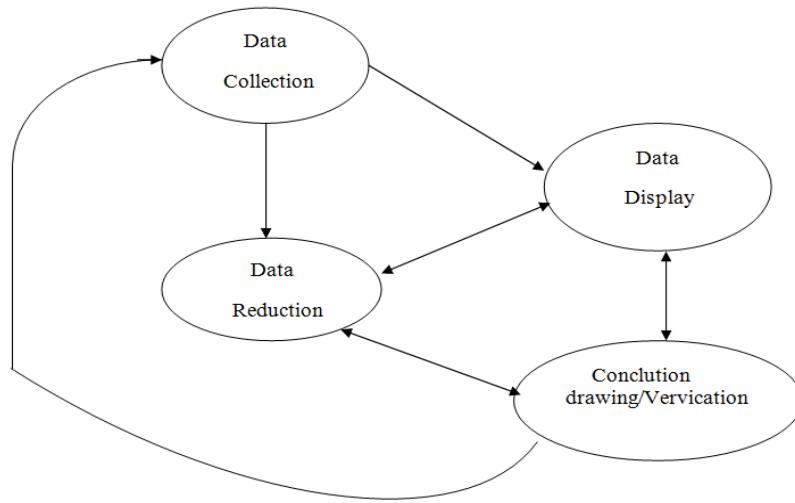
c. *Data display* atau penyajian data.

Setelah data direduksi maka langkah yang dilakukan selanjutnya yaitu penyajian data atau display. Jika dalam bentuk penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, atau sejenisnya. Maka dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk bagan, uarian singkat, hubungan antar kategori, dan lainnya. Melalui penyajian data tersebut, dapat memudahkan data yang terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan untuk dipahami.

d. *Conclusion drawing/Verification.*

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan sebuah kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang akan dikemukakan bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan jika tidak ditemukan bukti yang mendukung dalam tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan tersebut ditemukan memiliki bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan yang dimiliki merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya atau kredibel.

Model dalam menganalisis data diatas bisa dilihat pada gambar di berikut ini.



Tabel 3.1 : Model Analisis Data *Miles and Huberman*

BAB IV

HASIL DAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. Casulut Lubrindo Utama adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Casulut merupakan salah satu distributor bahan bakar pelumas merk Castrol. Produk Castrol merupakan merek dagang dari perusahaan negara UK, bergerak dalam bidang minyak pelumas untuk mesin industry dan otomotif di UK (*United Kingdom* atau Inggris). Produk Castrol mulai melebarkan sayap di Indonesia sebagai bentuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelumas yang berada di Indonesia dengan tingkat kualitas yang baik. Pelumas Castrol menjadi sebuah andalan bertahun-tahun terhadap kebutuhan konsumen dengan berbagai jenis dengan spesifikasi khusus dalam mesin-mesin industry sendiri. Produk Castrol yang digunakan pada kendaraan sepeda motor dan mobil selalu dipercaya karena memiliki kualitas dan kinerja yang tinggi baik dari pengendara maupun pengemudi dan produsen kendaraan.

Distributor pelumas yang merangkap banyak supplier untuk setiap merk produk dagang Castrol oil, dalam memenuhi kebutuhan dari pelumas Castrol oil industri distributor oli siap dalam mensupport pengadaan barang dengan jaminan dari kualitas untuk merek tersebut ke berbagai wilayah di Indonesia.

Casulut sendiri merupakan singkatan dari Castrol Sulawesi Utara. Karena pada waktu itu Casulut Lubrindo Utama adalah satu-satunya distributor oli Castrol di wilayah Sulawesi Utara dengan produk utama adalah castrol tetapi. Selain itu, PT. Casulut Lubrindo Utama selalu melakukan inovasi-inovasi terhadap penjualan ataupun penambahan jenis-jenis produk yang akan dijual dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Seiring berjalanannya waktu Casulut Lubrindo Utama tidak lagi hanya menjadi distributor oli Castrol, tetapi ada beberapa produk brand lainnya seperti busi NGK, dan cat semprot Samurai, maka Singkatan dari Casulut bukan lagi dari Castrol Sulawesi Utara melaikan Cakrawala Sulawesi Utara. PT. Casulut Lubrindo Utama cabang Gorontalo yang beralamat di Jln. Tirtonadi No. 18 Kelurahan Tapa Kecamatan Sipatana Provinsi Gorontalo, merupakan anak cabang dari PT. Casulut Lubrindo Utama Manado yang berada di Kawasan daerah Wonasa – singkil.

PT. Casulut Lubrindo Utama cabang Gorontalo sendiri pada mulanya menjalankan bisnisnya baru berupa spriding kanvas yang artinya setiap melakukan penjualan masih taking order melalui PT. Casulut Lubrindo Utama Menado.

Pada 01 maret 2008, bapak Raymon Supit selaku Direktur Utama PT. Casulut Lubrindo Utama memutuskan untuk membuka anak cabang PT. Casulut Lubrindo Utama di Gorontalo. Demikian hal ini dilakukan melihat begitu banyaknya peluang bagi PT. Casulut Lubrindo Utama dalam memajukan usahanya. Selain itu, hal ini

dimaksudkan untuk bisa mengurangi biaya atau pengeluaran sehingga lebih efektif dan lebih efisien bagi PT. Casulut Lubrindo Utama.

PT. Casulut Lubrindo Utama cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang bergerak dalam perdagangan bahan bakar pelumas motor dan mobil dengan merk perusahaan dagang ‘Castrol’. Selain menjual pelumas merk Castrol, PT. Casulut Lubrindo Utama juga dipercayakan sebagai distributor resmi Cat semprot ‘Samurai Paint’ dan spark plugs (busi) merk NGK (Nihon Gaishi Kabushikigaisha). Selain itu juga, ada beberapa produk yang di pasarkan oleh PT. Casulut Lubrindo Utama.

4.2 Hasil Penelitian

Diantara faktor yang menentukan pencapaian tujuan dari organisasi perusahaan yaitu komunikasi. Pada umumnya, komunikasi dalam organisasi terbagi atas dua struktur yaitu, komunikasi horizontal dan komunikasi vertikal. komunikasi vertikal merupakan komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas secara timbal balik. Dalam komunikasi vertikal, seorang pimpinan memberikan arahan, penjelasan dan informasi kepada bawahan. Kemudian bawahannya memberikan sebuah laporan, pengaduan, saran, dan hal lainnya kepada pimpinannya. Komunikasi dua arah atau secara timbal balik tersebut aspek penting dalam suatu organisasi karena jika hanya terjalin satu arah saja, contohnya dari hanya dari pimpinan ke bawahan, maka roda dari organisasi tersebut tidak akan berjalan dengan baik yang berdampak pada perusahaan itu sendiri.

Setelah melakukan pengumpulan data melalui metode wawancara bersama informan, berikut adalah kutipan dari hasil wawancara penelitian mengenai Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo:

4.2.1 Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal yang terjadi dalam organisasi sebaiknya terbuka, lancar, dan saling melengkapi agar dapat menetukan langkah apa yang akan diambil ketika terjadi kesalahan. Selain dari itu komunikasi vertikal downward juga perlu dilandasi rasa, dilandasi rasa saling keterbukaan, saling hormat menghormati diantara pimpinan dan bawahan, serta adanya sebuah kesadaran pentingnya komunikasi antara ketua dan anggota.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Melky Kumontoy sebagai Direktur PT.Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo.

“setiap saran, pendapat, dan kritikan yang masuk, saya tanggapi dengan baik karena dalam organisasi kita memang harus saling menghargai dan menghormati. Agar terciptanya saling keterbukaan, saya sebagai pimpinan menghargai para karyawan lainnya dengan memberikan sebuah pendapat dan tanggapan terhadap keluh kesah hingga mendapatkan solusi”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa: pertemuan menjadi media pendukung terjadinya proses komunikasi vertikal dalam membahas masalah yang terjadi, mengevaluasi dan membahas hasil kerja para karyawan. Proses komunikasi memberikan kebebasan dalam menyampaikan suatu informasi baik dari atasan ke bawahan maupun dari bawahan ke atasan

Pernyataan tersebut di dukung oleh hasil wawancara peneliti dengan staff admin sales Linda Mohamad :

“kami sebagai bawahan dalam perusahaan ini, ketika ingin menyampaikan informasi biasanya langsung ke atasan guna mengungkapkan gagasan atau ide mengenai perkembangan-perkembangan perusahaan, dll. Penyampaian informasi sering terjadi ketika rapat berlangsung ataupun. Kami di berikan keluasan dalam menyampaikan pendapat atau informasi kami oleh atasan perusahaan, walaupun tidak semua karyawan berani mengemukakan pendapatnya”

PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo memberikan kesempatan terhadap karyawan jika ingin menyampaikan sebuah ide kreatifnya ataupun menyampaikan masalah-masalah yang terjadi ketika proses kerja. Tidak terdapat batasan bagi bawahan dan atasan dalam menjalin komunikasi yang secara efektif terhadap pengembangan perusahaan.

4.2.2 Informasi

Dalam sebuah organisasi, pimpinan berfungsi sebagai pusat informasi. Ia mengembangkan pusat infromasi sebagai kepentingan dalam organisasinya. Peran informasional meliputi pernana-peranan sebagai berikut: peranan jurubicara, peranan penyebar, dan peranan monitoring.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Deyse Usman sebagai admin program PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo:

“langsung informasi pada saat rapat yang dilakukan dua kali dalam sebulan kalau ada aturan baru begitu saya jelaskan sejelas-jelasnya, maksud dan tujuan peraturan-peraturan baru, supaya langsung ditaati itu peraturan yang ada dan semua karyawan pun paham dengan apa yang saya sampaikan. informasi yang

kami sampaikan dalam biasanya bentuk laporan kegiatan, tugas yang diberikan dan permasalahan lainnya. Informasi yang disampaikan sebagai bahan dalam mengevaluasi kegiatan yang telah kita dilakukan”

Penyampaian informasi yang mengalir dari atas ke bawah merupakan informasi berupa penjelasan dan pelaksanaan tugas. Sedangkan informasi dari bawah ke atas berupa pencapaian program kerja.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sebagaimana penyampaian pesan dalam penerimaanpun tidak lepas dari masalah seperti kurang jelasnya penyampaian informasi tentang bagaimana tugas haru dilakukan oleh semua karyawan dan keterlambatan dalam menerima informasi tentang pelaksanaan suatu pekerjaan.

4.2.3 Pengambilan keputusan

Keputusan yang telah diambil secara terburu-buru bisa saja akan menimbulkan banyak permasalahan dalam perusahaan. Keputusan yang baik tentu harus diputuskan dengan didiskusikan terlebih dahulu.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Frangky Masie sebagai supervisor PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo:

“terkadang kita sebagai karyawan sering teledor dalam mengambil keputusan, tanpa mendiskusikan dengan pimpinan dan berpikir bahwa keputusan yang kita ambil itu adalah benar maka kita melakukannya. Dan akhirnya berdampak pada kinerja dan pencapai di perusaah ini sendiri.”

Pengambilan keputusan dibutuhkan untuk mencegah masalah yang akan terjadi sehingga akan diselesaikan dengan memuaskan. Situasi dari masalah tersebut

menjadi sebuah masukan yang pertama terhadap sistem pembuatan keputusan tersebut. Pengambilan keputusan harus mempunyai dasar.

4.2.4 Hambatan

Dalam proses komunikasi organisasi terdapat hambatan-hambatan berupa hambatan dari pengiriman pesan, hambatan dari penerima pesan, hambatan dalam memberikan feedback dan hambatan dalam bahasa.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Moh. Abu Bakar Konta sebagai sales dua PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo:

“yang disampaikan terkadang tidak selalu dimengerti, biasanya kesalapahaman yang terjadi di sini yaitu adanya pengiriman pesan, hambatan dari penerima pesan perbedaan pendapat, dan pemaknaan kalimat.

Terdapat 2 cara mengatasi hambatan komunikasi tersebut ialah adanya komunikasi dan adanya koordinasi.”

Komunikasi berperan penting agar tidak terjadinya kesalapahaman baik di antara pimpinan atau antara para staff itu sendiri. Kurang percaya diri dalam mengungkapkan permasalahan dan pendapat yang pada akhirnya akan menghambat proses terjadinya komunikasi.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Suparman Daud sebagai sales tiga PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo:

“terkadang saya merasakan tidak percaya diri dan sungkan apabila ingin mengemukakan sebuah pandapat atau ketika ditanyai pendapat oleh ketua mengenai beberapa hal, dengan melihat beliau sebagai ketua yang memiliki pengalaman serta pengetahuan yang luas sedangkan saya hanyalah sales.”

Dari hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan faktor-faktor yang menghambat terjadinya komunikasi internal di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo

adalah adanya sebuah perbedaan dalam memahami informasi atau ketidak jelasan tugas yang diberikan oleh ketua dalam memberikan petunjuk dan instruksi tentang pelaksanaan tugas-tugas, dan adanya perasaan sungkan serta kurang percaya diri pada karyawan dalam berkomunikasi.

4.3 Pembahasan

Komunikasi berperan penting dalam menunjang eksistensi atau keberadaan institusi atau organisasi. Mengapa proses komunikasi didalam sebuah institusi, lembaga, atau organisasi harus dilakukan dengan baik, karena bila proses komunikasi dikelola secara baik.

Maka pencapaian tujuan organisasi akan lebih mudah dilaksanakan. Proses komunikasi yang berlangsung di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo diantara atasan dan bawahan masih tergolong belum efektif dalam meningkatkan pencapaian yang ditargetkan. Dari hasil penelitian ini, seorang yang terlibat dalam organisasi harus mampu menguasai peranan-peranannya sebagai berikut.

4.3.1 Komunikasi Vertikal

Bersikap layaknya atasan dan bawahan yang selalu menjalin komunikasi, dengan komunikasi yang lebih kondusif dalam perusahaan dapat mempertahankan target yang telah ditetapkan. Para karyawan menggunakan pola komunikasi ini sebagai kesempatan untuk mengungkapkan gagasan atau ide-ide yang mereka ketahui.

Komunikasi vertikal sepantasnya dapat membantu karyawan menarik ide-ide, menerima jawaban yang lebih baik tentang dan tanggung jawabnya. Komunikasi

vertikal merupakan komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan dalam sebuah organisasi. Robbins (2001) mendefinisikan, komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam suatu organisasi atau kelompok hingga ke satu tingkat yang yang lebih rendah atau tingkat yang lebih tinggi secara dua arah atau timbal balik. Dalam lingkungan sebuah kelompok atau organisasi, komunikasi antara pimpinan dan karyawan menjadi kunci dari pentingnya kelangsungan hidup tiap organisasi.

4.3.2 Informasi

Pimpinan yang sebagai sumber informasi hendaknya memberikan infomasi yang menyangkut organisasi yang dipimpin, serta memberikan penjelasn sehingga bawahan/karyawan mampu memahami isi infomasi tersebut. Informasi mempunyai peranan yang penting terhadap kinerja sebuah organisasi.

Sebelum membuat suatu keputusan, harus memiliki informasi yang valid, akurat dan cukup untuk mempermudah dalam memprediksi apakah pilihan yang diambil lebih baik daripada pilihan lainnya. Tanpa adanya informasi yang mendukung sebuah keputusan maka keputusan tersebut bukanlah pilihan yang rasional dan sangat beresiko. Hal ini tentu dikhawatirkan akan menyebabkan ketidakstabilan dalam perusahaan.

Menurut Tata sutabri (2012:43) kualitas suatu informasi tergantung dari 3 hal, sebagai berikut:

1. Akurat

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan.

Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya.

Informasi harus bersifat akurat sebab biasanya awal dari sumber informasi hingga penerima informasi terdapat kemungkinan terjadi sebuah gangguan yang akan dapat merusak atau mengubah informasi tersebut.

2. Tepat Waktu

Suatu informasi yang datang terhadap sang penerima tidak dibolehkan terlambat. Selain itu, informasi yang telah usang tidak akan memiliki nilai lagi karena sebuah informasi menjadi suatu landasan terhadap pengambilan keputusan. Dan bila pengambilan keputusan tersebut terlambat maka akan berakibat fatal terhadap organisasi itu sendiri.

3. Relevan

Informasi tersebut memiliki manfaat terhadap pemakainya, dimana relevansi sebuah informasi untuk setiap individu berbeda dan tergantung pada yang membutuhkan dan yang menerima. Nilai dari informasi ditentukan dari dua hal yaitu biaya dan manfaat. Sebuah informasi akan dikatakan bernilai jika manfaatnya yang lebih efektif dibandingkan biaya dalam mendapatkannya. Oleh sebab itulah dibutuhkan sebuah informasi sebagai

sumber dalam informasi dasar yang baik dan valid yang digunakan dalam bentuk bahan pertimbangan ketika pengambilan keputusan terjadi.

4.3.3 Pengambilan Keputusan

Pimpinan berperan sebagai pengambil keputusan, dan juga bertanggung jawab mempertahankan dan meningkatkan *image* perusahaan haruslah memiliki gagasan dan inovasi yang membangun terhadap kepentingan organisasi. Keputusan dianggap rasional apabila dalam sebuah rencana dipilih upaya mencapai tujuan yang akan dicapai. Keputusan dapat dilakukan dengan membandingkan antara tujuan dengan hasil keputusan yang dilakukan. Keputusan yang diambil seharusnya sesuai dengan rencana.

Menurut Terry (2000:16) menyatakan pada umumnya pengambilan keputusan seseorang memiliki dasar antara lain yaitu:

1.) Intuisi

Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi akan membutuhkan waktu yang sangat singkat untuk setiap permasalahan akan dampaknya yang terbatas, yang pada umumnya pengambilan suatu keputusan bersifat secara intuisi akan memberikan suatu kepuasan.

Akan tetapi, dalam pengambilan keputusan yang dilakukan ini sulit untuk diukur kebenarannya hal tersebut dikarenakan kesulitan dalam mencari pembandingnya dengan istilah lain hal tersebut diakibatkan dari

pengambilan keputusan secara intuitif hanya diambil dari satu pihak sehingga beberapa hal yang lain terabaikan

Terdapat beberapa keuntungan dari sifat subjektif keputusan yang secara intuitif ini, yaitu:

1. Pengambilan keputusan dari satu pihak, sehingga mudahkan untuk memutuskan.
2. Keputusan intuitif ini lebih tepat dalam masalah-masalah yang sifatnya kemanusiaan.

2.) Pengalaman

Sebuah pengalaman memang boleh dijadikan pedoman untuk menyelesaikan sebuah masalah. Keputusan yang ditentukan berdasarkan pengalaman akan sangat bermanfaat terhadap pengetahuan praktis. Kemampuan dan pengalaman upaya memperkirakan apa saja yang menjadi latar belakang suatu masalah dan bagaimana penyelesaiannya sangat membantu untuk memudahkan pemecahan masalah yang terjadi.

3.) Fakta

Sebagian orang berargumen bahwa sebaiknya dalam pengambilan keputusan harus didukung dengan sejumlah fakta yang sangat memadai. Sebenarnya istilah fakta perlu dikaitkan dengan istilah data dan informasi. Kumpulan fakta-fakta yang sudah dikelompokkan secara sistematis diistilahkan dengan data.

Sedangkan sebuah informasi merupakan hasil pengolahan oleh data.

Oleh karena itu, data yang diperoleh harus diolah terlebih dulu menjadi suatu informasi kemudian dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

4.3.4 Hambatan

Hambatan yang terjadi dalam perusahaan sepantasnya memiliki solusi agar organisasi dalam perusahaan dapat berjalan lancar dan bertahan. Berusaha untuk mendapatkan kejelasan perintah dan instruksi yang diberikan pimpinan pada staff sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pimpinan.

Keadaan dimana penerima pesan dalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan. Jadi, bisa jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dengan didengar oleh orang lain.

Hal tersebut di atas sesuai dengan yang diungkapkan oleh Djoko Purwanto bahwa faktor-faktor penghambat komunikasi ialah :

1. Masalah dalam pengembangan pesan
2. Masalah dalam penyampaian pesan
3. Masalah dalam menerima pesan
4. Masalah dalam menafsirkan pesan

Oleh sebab itu persepsi seperti ini dapat menjadi penghambat komunikasi yang efektif.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Komunikasi organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo kurang optimal dalam penerapan komunikasi vertikal yaitu dari bawahan ke atasan (*upward*). Kurang optimalnya komunikasi upward ini disebabkan karena karyawan merasa segan untuk memberikan kritikan, pendapat dan merasa segan untuk bertanya apabila mengalami kesulitan. Sedangkan komunikasi dari atasan ke bawahan yang dilakukan oleh atasan di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo telah baik, hal ini ditunjukan dengan atasan telah memberikan perintah sejelas-jelasnya kepada karyawan dan memberikan keluasan dalam mengemukakan pendapat ataupun keluh kesah yang dirasakan. Komunikasi secara timbal balik t memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi karena jika satu arah saja, seperti dari atasan ke bawahan saja, maka pola organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Komunikasi vertikal yang terbuka dan saling mengisi merupakan sikap pimpinan yang demokratis. Pimpinan perlu mengetahui laporan, saran atau tanggapan para karyawannya sehingga satu keputusan dapat diambil guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses komunikasi organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo tidak luput dari hambatan. Hambatan tersebut ialah adanya perbedaan dalam memahami suatu informasi atau tugas yang diberikan, dan adanya perasaan sungkan serta kurang percaya diri anggota.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Kepada pimpinan, hendaknya selalu menciptakan suasana harmonis dengan bawahan dengan cara selalu berkomunikasi dengan bawahan mengenai pekerjaan, baik pembahasan secara formal maupun non-formal. Agar bawahan tidak merasa segan dalam memberikan pendapat, saran, dan kritik kepada atasan, maka atasan hendaknya selalu memelihara komunikasi organisasi yang dapat dimulai dengan menyempatkan waktu untuk selalu bertegur sapa dengan para karyawannya.
2. Kepada karyawan sendiri, diharapkan untuk mampun meningkatkan komunikasi dengan atasan. Karyawan harus berani bertanya bila mengalami kesulitan kepada atasan dan harus berani mengemukakan pendapat sehingga terjadi komunikasi timbal balik atau dua arah antar atasan dan bawahan. Selain itu, komunikasi antar karyawan yang sudah baik juga perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar terjadi pertukaran infomasi yang baik yang berkaitan dengan pekerjaan diantar karyawan. Sehingga apabila terjadi kesulitan kerja dapat diatasi bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Masmuh, 2010. *Komunikasi Organisasi dalam perspektif teori dan praktek*. UPT Penerbitan Muhammadiyah Malang, Malang.
- Arni Muhammad, 2009. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Akasara, Jakarta Edisi Pertama, Cetakan 10.
- Burhan Bungin, 2001. *Sosiologi Komunikasi*. Perdana pada Media Group. Kencana: Jakarta,
- Deddy Mulyana, 2008. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Morissan, 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Ngalimun, 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press, Bandung.
- Onong Uchjana Effendi, 2001. *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Panuju Redi, 2001. *Komunikasi Organisasi*. Pusatata Fajar. Yogyakarta.
- Pace, R Wayne dan Faules, Don F, 2006. *Komunikasi Organisasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Robbins Stephan P, 2006. *Perilaku Organisasi*. PT. Indeks, Jakarta.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Wiryanto, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

JADWAL PENELITIAN

NO.	Kegiatan	2019			2020					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juli
1.	Pengajuan Judul Proposal	■								
2.	Penyusunan Proposal		■	■						
3.	Bimbingan Proposal			■						
4.	Ujian			■	■					
5.	Revisi				■	■				
6.	Penelitian				■	■	■			
7.	Penyusunan Skripsi						■	■		
8.	Bimbingan Skripsi						■	■		
9.	Ujian Hasil							■	■	
10.	Revisi							■	■	■

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING

Judul : Pola Komunikasi Organisasi Di PT. Casulut Lurindo Utama Cabang Gorontalo

Nama Mahasiswa : Tiara Ismail

NIM : S.22.16.10

Pembimbing : 1. Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si.
2. Ramansyah, S.Sos.,M.I.Kom.

PEMBIMBING I				PEMBIMBING II			
No	Tanggal	Koreksi	Paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1.	27.04.2020	Perbaikan teori pada pembahasan	/	1.	30.04.2020	Perbaikan kalimat hasil penelitian	/
2	5.05.2020	perbaikan penyulauan denda hasil hasil penelitian	/	2.	8.05.2020	- Pengaturan terapis	/
3	14.05.2020	2. perbaikan pengaturan terapis - Perbaikan penyulauan kalimat pembahasan	/	3.	20.05.2020	- Daftar pustaka.	/
4.	18.05.2020	- Perbaikan kalimat redaksi dan saran.	/				

Pedoman Wawancara

Identitas Peneliti

Nama Peneliti : Tiara Ismail
NIM : S.22.16.010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo

Daftar pertanyaan Pimpinan dan Karyawan di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo sebagai berikut

Direktur PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo (1 orang)

1. Berapa lama anda menjabat sebagai seorang Direktur?
2. Mmenurut anda apakah terdapat saling menghormati antar sesama karyawan dengan anda sebagai Direktur?
3. Pada saat briefing bagaimana cara anda menyampaikan apabila terdapat sebuah aturan baru yang harus ditaati oleh seluruh karyawan?
4. Bagaimana cara anda menegur bawahan anda yang tidak bekerja sesuai dengan visi misi perusahaan?
5. Apakah anda terbuka dengan karyawan? seperti dan memberikan kebebasan karyawan berpendapat diluar jam kerja.
6. Apakah terdapat media komunikasi internal yang dapat digunakan oleh seluruh karyawan?

Karyawan PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo (5orang)

1. Berapa lama anda menjabat sebagai seorang karyawan?
2. Pada saat briefing bagaimana cara anda menyampaikan apabila menyampaikan gagasan atau ide-ide baru untuk mengembangkan perusahaan?
3. Dalam bekerja sama dengan karyawan, apa yang anda lakukan apabila terdapat perbedaan pendapat dengan rekan kerja anda?
4. Apakah terdapat saling menghormati antar sesama karyawan?
5. Apakah anda sebagai karyawan saling terbuka dengan pimpinan? Seperti mengemukakan pendapat diluar dari jam kerja.?
6. Apakah terdapat media komunikasi internal yang dapat digunakan oleh seluruh karyawan?

DAFTAR GAMBAR



Gambar 1: Lokasi Penelitian Jl. Tirtonadi No.18 Kel. Tapa Kec. Sipatana



Gambar 2: Wawancara dengan Ibu Deyse Usman (admin program)



Gambar 3: Wawancara dengan Ibu Lindawaty Mohamad (admin sales)



Gambar 4: Wawancara dengan bapakSuparman Daud (sales)



Gambar 5: Wawancara dengan bapak Abubakar Konta (sales)



Gambar 6: Produk Busi NGK



Gambar 7: Ban Maxxis Extramaxx



Gambar 8: Oli Motor Castrol



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
 Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
 Telp. (0435) 8724000 x20875 | Fax. (0435) 82007
 E-mail: lemlit@ichsan.go.id

Nomor : 2149/PIP/LEMLIT/UNISAN/GTO/III/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo
 di,-

Gorontalo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
 NIDN : 0911108104
 Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesedianya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Tiara Ismail
 NIM : S2216010
 Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Lokasi Penelitian : PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo
 Judul Penelitian : **POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT CASULUT LUBRINDO UTAMA CABANG GORONTALO**

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih





PT. CASULUT LUBRINDO UTAMA
[CABANG GORONTALO]
Jl. Tirtonadi No. 18
Kel. Tapa Kec. Sipatana
Gorontalo
Telp. 0435 - 8583920 / 085399665259
Email : casulutgto@gmail.com

No : 037/CLU/IV/2020

Hal : Rekomendasi

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Ichsan Gorontalo

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Melky Kumontoy

Jabatan : Direktur PT. Casulut Lubrindo Utama

Menerangkan bahwa :

Nama : Tiara Ismail

NIM : S2216010

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah kami setujui untuk melaksanakan penelitian dengan judul “POLA KOMUNIKASI ORGANISASI” di PT Casulut Lubrindo Utama dalam rangka penyelesaian studi S1 Ilmu Komunikasi. Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih

Gorontalo, 20 April 2020
PT. CASULUT LUBRINDO UTAMA CAB. GTLO


Melky Kumontoy

Pola Komunikasi Organisasi di PT. Casulut Lubrindo Utama Cabang Gorontalo

ORIGINALITY REPORT

31 %	32 %	4 %	21 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unpas.ac.id Internet Source	7 %
2	es.scribd.com Internet Source	2 %
3	id.123dok.com Internet Source	2 %
4	adithyarahman13.blogspot.com Internet Source	2 %
5	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
6	b50109006yuli.blogspot.com Internet Source	1 %
7	id.scribd.com Internet Source	1 %
8	eprints.uns.ac.id Internet Source	1 %
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah	

10

widuri.raharja.info

Internet Source

1 %

11

www.dosenpendidikan.co.id

Internet Source

1 %

12

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

1 %

13

publication.petra.ac.id

Internet Source

1 %

14

pt.scribd.com

Internet Source

1 %

15

www.scribd.com

Internet Source

1 %

16

resturamadhandream.blogspot.com

Internet Source

1 %

17

eprints.umm.ac.id

Internet Source

1 %

18

aditmilan.wordpress.com

Internet Source

1 %

19

ubmericsarmentogiam.wordpress.com

Internet Source

1 %

20

repository.fisip-untirta.ac.id

Internet Source

1 %

21	www.ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1 %
22	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
23	takihumasunj.com Internet Source	<1 %
24	fib.undip.ac.id Internet Source	<1 %
25	eprints.unram.ac.id Internet Source	<1 %
26	e-jurnal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
28	www.library.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
30	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
31	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1 %

BIODATA MAHASISWA

Identitas Pribadi

Nama : Tiara Ismail
NIM : S2216010
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat Tanggal Lahir : Gorontalo, 14 Agustus 1998



Nama Orang Tua

a. Ayah : Dahlan Ismail
b. Ibu : Ina T. Tamutu

Saudara

Kakak : Clarita Ismail

Riwayat Pendidikan

NO.	TAHUN	JENJANG	TEMPAT	KET.
1.	2005-2010	SDN No. 15 Kota Barat	Kota Barat	Berijazah
2.	2011-2013	SMP Negeri 4 Kota Gorontalo	Kota Barat	Berijazah
3.	2014-2016	SMA Negeri 2 Kota Gorontalo	Kota Barat	Berijazah