

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI MANAJER PT.
PERKEBUNAN NUSANTARA XIV UNIT PABRIK KELAPA
SAWIT LUWU DALAM MENINGKATKAN KINERJA
KARYAWAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

Muh. Mahezha M
16 0104 0003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI MANAJER PT.
PERKEBUNAN NUSANTARA XIV UNIT PABRIK KELAPA
SAWIT LUWU DALAM MENINGKATKAN KINERJA
KARYAWAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh

Muh. Mahezha M
16.0104.0003

Pembimbing:

- 1. Dr. Syahrudin, M.H.I**
- 2. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom.**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Mahezha M
NIM : 16 0104 0003
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa;

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat semestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 20 September 2023
at pernyataan



Muhammad Mahezha M
NIM. 16 0104 0003

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "*Strategi Komunikasi Organisasi Manager PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu*" yang ditulis oleh Muhammad Mahezha M NIM 16 0104 0003, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Senin 21 Agustus 2023 bertepatan dengan 4 Shafar 1445 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Palopo, 6 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. H. Rukman A.R Said, Lc., M.Th.I | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom | Penguji I | () |
| 4. Hamdani Thaha, S.Ag., M.Pd.I | Penguji II | () |
| 5. Dr. Syahrudin, M.HI | Pembimbing I | () |
| 6. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom | Pembimbing II | () |

Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan

Ketua Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran
Islam



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI
NIP. 19710312 199903 1 002



Jumriani, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19891020 201903 2 011

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ
الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا
بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Manager PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu” setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.
2. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palopo, serta Bapak Wakil Dekan I, II, dan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palopo.
3. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi dan Ria Amelinda, M.I.Kom. Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Palopo, beserta seluruh staf yang telah membantu, mendidik, membimbing, mengajar dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada penulis.
4. Dr. Syahrudin, M.H.I dan Jumriani, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom dan Hamdani Thaha, S.Ag., M.Pd selaku penguji I dan Penguji II yang telah memberikan arahan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Penasehat Akademik
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Abu Bakar, S.Pd., M.Pd selaku Kepala unit Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN

Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

9. Ir. Agustinus selaku Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, beserta para karyawan dan karyawan yang telah memberikan izin dan bantuan dalam proses penelitian
10. Terkhusus kepada kedua orang tua ku tercinta ayahanda saya Masdar Landawa dan Ibunda Surianti yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh cinta dan kasih sayang sejak kecil beserta saudara dan saudari saya dan segala yang telah diberikan kepada saya.
11. Kepada semua teman seperjuangan Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2016 yang sudah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saranserta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang

Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Palopo, 20 September 2023
Penulis

Muhammad Mahezha M



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf Bahasa arab dan translitenya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ha	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah)
ع	'ain	'	apstrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawalkataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun, jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (^).

2. Vokal

Vokal Bahasa arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هؤل : *haua*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya'	a	a garis di atas
اِ	<i>Kasrah</i> dan ya'	i	i garis di atas
اُ	<i>Dammah</i> dan wau	u	u garis di atas

B. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt.	= <i>subhanahu wa ta`ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
Qs.../...4	= QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4
HR	= Hadis..Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Kajian Teori	10
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Peneltian	29
C. Fokus Penelitian.....	29
D. Definisi Istilah	30
E. Desain Penelitian	31
F. Sumber Data	31
G. Instrumen Penelitian	32
H. Teknik Pengumpulan Data	33
I. Pemeriksaan dan Keabsahan Data	35
J. Teknik Analisis Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	37
B. Hasil Penelitian	41
C. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Al- Qasas 28/26.....	3
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi47



ABSTRAK

Muhammad Mahezha M, 2023. “Strategi Komunikasi Organisasi Manager PT.Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Dalam Meningkatkan Kinerja Karayawan”. Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Syahrudin dan Jumriani.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Komunikasi Organisasi Manager PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi Manager PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun sumber data penelitian ini adalah manajer dan karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya pemeriksaan keabsahan data dilakukan triangulasi sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisai dua arah yang diterapkan oleh manajer mampu meningkatkan kinerja karyawan secara signifikan yang ditunjukkan dengan pekerjaan dilaksanakan dengan bersemangat dan bergairah, sehingga mencapai hasil yang optimal yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan yang diinginkan dengan efisien dan efektif. Penelitian ini juga menunjukkan dengan adanya strategi komunikasi organisasi dua arah yang diterapkan oleh manajer, karyawan mampu memahami pesan penting yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. karena manajer PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu mampu berkomunikasi dengan setiap individu dalam tim kerja mereka.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Manager, Kinerja Karyawan, PT.Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia ialah salah satu faktor utama yang dapat mengembangkan perusahaan dan menggerakkan perusahaan. Supaya sumber daya manusia dapat berkembang dibutuhkan suatu pendekatan yang mengutamakan perhatian bagi perkembangan karyawan agar dapat menggapai tingkat tertinggi dari kapabilitas karyawan, kretifitas karyawan, dan memenuhi pencapaian suatu target tertentu yang sangat meningkat. Hal ini disebabkan karyawan ialah sumber daya manusia yang sangat mempengaruhi untuk suatu perusahaan juga untuk lingkungan kerja.

Komunikasi ialah suatu metode pennyampaian informasi dari komunikator dengan komunikan guna memberikan dan menyampaikan informasi ataupun pandangan. Komunikasi juga dilakukan secara tatap muka ataupun tidak. Ketika berkomunikasi dibutuhkan adanya proses timbal balik (*feedback*) diantara para komunikator (penyampai) dan komunikan (penerima) pesan. Komunikasi pun memiliki berbagai macam jenisnya, seperti Komunikasi Intrapribadi, Komunikasi Publik, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Antarpribadi, dan lain-lain. Komunikasi ialah aktivitas yang sering digunakan dalam ruang lingkup sosial.

Rasa tanggung jawab karyawan yang ditingkatkan sesungguhnya diharapkan terjadi adalah timbulnya rasa memiliki perusahaan. Sudah barang tentu adanya

rasa memiliki akan berakibat pada keberhasilan perusahaan. Karenapara anggota organisasi akan berusaha menghindari perilaku yang disfungsional dengan demikian bekerja dengan lebih produktif.¹

Ketika karyawan memiliki rasa kepemilikan perusahaan, karyawan tidak akan lagi bekerja sesuai dengan perintah atau berdasarkan gaji melainkan berdasarkankemauan sendiri dan panggilan hati nurani untuk menjaga stabilitas perusahaanyang menaunginya, dengan meningkatkan hasil pelayanan perusahaan. Pertemuanmemenuhi kebutuhan inti manusia. George Kelly, John Dewey, Martin Buber,dan komentator-komentator lain tentang kondisi manusia, telah mengamati bahwa pertemuan tatap muka bisa menjaga persatuan dunia realitas manusia. Bersama-sama orang membangun bahasa, sistem nilai dan tingkah laku yang mendefinisikan dunia dengan kata lain, pertemuan memberikan kesempatan bagi pembentukan struktur kolektif. Struktur kolektif bermanfaat untuk menyatukan nilai-nilai dan tujuan-tujuan individu dengan orang lain yang ada dalam lingkup perusahaan.

Komunikasi dalam organisasi khususnya mempunyai hubungan dengansatu atau lebih dimensi-dimensi struktur organisasi misalnya peranan, status, kompleksitas teknologi, pola-pola otoritas, dan sebagainya. Komunikasi denganluar organisasi (*external communication*) adalah pertukaran pesanantara organisasi atau masuknya arus informasi dari luar lingkungan kedalam

¹Juansha Yudystira, Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga karyawan (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia), *Journal.uin-alauddin.ac.id*1, no. 1 (November 2018): 2.

organisasi.²Setiap langkah dalam manajemen dan pengoperasian suatu organisasi sangat tergantung pada komunikasi. Misalnya peningkatan aktivitas, penyelesaian konflik, dan memperbaiki semangat kerja. Komunikasi menyediakan alat-alat untuk mengambil keputusan, melaksanakan keputusan menerima umpan balik dan mengoreksi tujuan serta prosedur organisasi apabila komunikasi berhenti maka aktivitas organisasi akan berhenti. Dengan demikian, tinggalah kegiatan-kegiatan individu yang tidak terorganisir dengan baik.

Perusahaan ialah suatu sistem kerja dimana karyawan diharuskan untuk mampu bersosialisasi kepada pihak internal maupun eksternal. Dalam pihak internal, karyawan diharuskan dapat bersosialisasi satu dengan yang lainnya, sedangkan dalam pihak eksternal, karyawan juga harus bersosialisasi dengan client perusahaan. Bersosialisasi bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan aktivitas komunikasi, dalam hal ini komunikasi dalam perusahaan yang dilakukan oleh karyawan bertujuan untuk bertukar pikiran satu sama lain, menjaga hubungan baik antara karyawan dengan karyawan, atasan dengan karyawan, dan menjaga hubungan antar dengan pihak luar perusahaan yaitu klien perusahaan.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-Qasas ayat 26, yaitu:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ٢٦

Terjemahannya : “Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, "Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.”³

PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu yang berlokasi di Prov. Sulawesi Selatan Kab. Luwu Timur Kec. Burau Desa. Lagego merupakan salah satu cabang perusahaan PT. Perkebunan Nusantara XIV yang mengolah tandan kelapa sawit menjadi minyak mentah CPO (*Crude Palm Oil*). Hasil produksi perusahaan tersebut akan didistribusikan ke berbagai titik perusahaan minyak goreng, kosmetik, dan lainnya.

PT Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu memiliki beberapa permasalahan yang terjadi dalam ruang lingkup perusahaan berdasarkan hasil dari observasi awal penulis dan beberapa artikel berita lokal, diantaranya adalah tenaga kerja di perusahaan tersebut memiliki latar belakang yang berbeda-beda, seringnya terjadi aksi mogok kerja, adanya *miss communication* antara pemimpin dengan karyawan, keterlambatan pemberian upah kerja dan sebagainya. Sehingga, manajer perusahaan harus menerapkan beberapa strategi komunikasi untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam proses pemenuhan dan pencapaian visi dan misi perusahaan baik berupa strategi komunikasi organisasi yang tepat maupun strategi-strategi lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti strategi komunikasi yang di terapkan oleh manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV PKS Unit Luwu dalam meningkatkan kinerja karyawan. Hal ini disebabkan adanya keberagaman permasalahan yang menuntut manajer perusahaan harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para karyawan yang pada akhirnya bermuara pada proses pemenuhan dan pencapaian visi dan misi perusahaan.

B. Batasan Masalah

Masalah yang akan dikaji peneliti pada penelitian ini adalah strategi komunikasi yang diterapkan dan bagaimana manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu untuk meningkatkan kinerja karyawannya?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam meningkatkan kinerja karyawan?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak dari pencapaian tujuan penelitian.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melaksanakan penelitian serupa atau selaras dimasa yang akan datang.
 - b. Pengembangan ilmu komunikasi terutama berkenaan dengan masalah meningkatkan kinerja karyawan, mempertahankan kelangsungan dan pengembangan perusahaan yang memberikan implikasi praktik bagi penyelenggara perusahaan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien.

2. Manfaat Praktis

Untuk dijadikan acuan atau sebagai sumbangan pemikiran yang diharapkan dapat berguna dalam menunjang keberhasilan peningkatan semangat kerja. Dan juga sebagai bahan pertimbangan akan pentingnya strategi komunikasi organisasi, sehingga tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai dengan baik dan juga efisien.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu sebagai acuan untuk memudahkan bagi penelitian ini. Hal tersebut dibutuhkan agar memudahkan peneliti dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dalam pelaksanaan penelitian dari segi teori maupun konsep. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang selaras dengan masalah yang diteliti dan digunakan sebagai acuan serta referensi untuk memudahkan peneliti.

1. Juansha Yudystira tahun 2018, *Strategi Komunikasi Organisasi Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia Dalam Membangun Semangat Tenaga Kerja karyawan*¹. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang digunakan dalam meningkatkan semangat kerja pada lembaga bimbingan belajar PT. Gadjahmada Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif, dimana peneliti mencari secara langsung informasi dari informan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Strategi komunikasi organisasi dibutuhkan dalam pencapaian tujuan pada perusahaan Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia dimana perusahaan tersebut dalam melaksanakan atau menerapkan strategi

¹ Juansha Yudystira, Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga karyawan (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia) *Journal.uin-alauddin.ac.id* 1, no. 1 (November 2018): 1-78.

sebuah perusahaan lembaga Bimbingan Belajar PT. GadjahmadaIndonesia menempatkan para karyawannya sesuai dengan pembagian kerja sehingga dapat membangun semangat kerja mereka dengan tidak melupakan pemberian lingkungan yang nyaman, gaji atau upah dan motivasi-motivasi kepada para karyawannya sehingga para karyawannya memiliki sikap saling memiliki terhadap perusahaan.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tujuan penelitian. Penelitian di atas bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang digunakan dalam meningkatkan semangat kerja pada lembaga bimbingan belajar PT. Gadjahmada Indonesia, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi komunikasi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dan Untuk mengetahui dampak strategi komunikasi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam meningkatkan kinerja karyawan dan yang menjadi penelitiannya yaitu lembaga bimbingan belajar PT. Gadjahmada Indonesia. Adapun persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang masalah strategi komunikasi dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

2. Abdur Rahman tahun 2021, *Pengaruh Strategi Komunikasi Manajer Teknis terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Cakrabuana Consultants*¹. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas strategi komunikasi yang digunakan oleh manajer teknis dalam mempengaruhi peningkatan motivasi

¹Abdur Rahman, "Pengaruh Strategi Komunikasi Manajer Teknis terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Cakrabuana Consultants". *Journal.unas.ac.id* 1, no. 1 (Oktober 2021): 1-86

kerjakaryawan PT. Cakrabuana Consultants. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan studi korelasional, dimana peneliti mencari hubungan variabel penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara strategi komunikasi yang digunakan oleh manajer teknis terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan di PT. Cakrabuana Consultant.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah tujuan penelitian. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui efektifitas strategi komunikasi yang digunakan oleh manajer dan karyawan teknis PT. Cakrabuana Consultants dalam mempengaruhi peningkatan motivasi kerja, sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi komunikasi manajer PT. Perkebunan Nusantara Unit PKS Luwu. Perbedaan selanjutnya adalah metode yang di gunakan dalam penelitian. Penelitian tersebut mengguakan metode penelitian kuantitatif korelasional sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.

B. Deskripsi Teori

1. Pengertian Strategi

Menurut Siagian dalam bukunya manajemen strategi, bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan implementasi oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Menurut Philip Kotler, strategi adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Basu Swasta strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya.²

Fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam strategi, yaitu suatu proses dari tindakan untuk melakukan hal-hal sebagai berikut:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan yang mencakup penetapan tujuan dan standar, penentuan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) yang diperkirakan akan terjadi. Perencanaan merupakan proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai serta langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapainya. Lewat perencanaan, seorang manajer mengidentifikasi hasil kerja yang diinginkan serta mengidentifikasi cara-cara untuk mencapainya.³

Hampir setiap perusahaan memiliki perencanaan. Perencanaan tersebut terkait dengan tujuan dasar yang ingin dicapai oleh perusahaan. Perencanaan dibuat sebagai upaya untuk merumuskan apa yang sesungguhnya ingin dicapai oleh sebuah

² Juansha Yudystira, Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Karyawan (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia), *Journal.uin- alauddin.ac.id* no. 1 (November 2018): 22.

³ Tommy Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*, edisi 1 (Yogyakarta: CAPS, 2011), 131.

organisasi atau perusahaan serta bagaimana sesuatu yang ingin dicapai tersebut dapat diwujudkan melalui serangkaian rumusan rencana kegiatan tertentu⁴

Perusahaan yang tidak menjalankan perencanaan sangat mungkin mengalami ketidakberhasilan dalam pencapaian tujuan. Karena bagian-bagian dari perusahaan tersebut bekerja secara sendiri-sendiri tanpa ada arahan yang jelas.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pemberian tugas, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinasi kepada setiap individu dan kelompok untuk menetapkan rencana. Fungsi pengorganisasian disini meliputi pemberian tugas yang terpisah kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan jalur suatu wewenang/tanggung jawab dan sistem komunikasi, serta mengkoordinasikan kerja setiap karyawan di dalam suatu tim kerja yang solid dan terorganisasi.

Dalam proses pengorganisasian, manajer mengalokasikan keseluruhan sumber daya organisasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat berdasarkan suatu kerangka kerja organisasi tertentu. Kerangka kerja organisasi tersebut disebut sebagai desain organisasi. Bentuk spesifik dari kerangka kerja organisasi dinamakan dengan struktur organisasi. Struktur organisasi pada dasarnya merupakan desain organisasi dimana manajer melakukan alokasi sumber daya organisasi, terutama yang terkait dengan

⁴Ernie Tisnagawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, edisi 1 (Jakarta:Kencana2005), 79.

pembagian kerja dan sumber daya yang dimiliki organisasi, serta bagaimana keseluruhan kerja tersebut dapat dikoordinasikan dan dikomunikasikan.⁵

Pengorganisasian merupakan kelanjutan dari fungsi perencanaan dimana tujuan perusahaan ditetapkan dan sumber daya perusahaan diarahkan untuk mencapai tujuan

c. Penyusunan staff (*staffing*)

Fungsi ini meliputi penentuan dan persyaratan personel yang dipekerjakan, menarik dan memilih calon karyawan, menentukan job discription dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, penilaian dan pelatihan termasuk pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan sebagai acuan untuk penyusunan setiap fungsi dalam manajemen organisasi.

d. Pengarahan (*leading*)

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat pada karyawan supaya bekerja giat serta membimbing mereka melaksanakan rencana dalam mencapai tujuan. Fungsi pengarahan meliputi membuat orang lain melakukan pekerjaan, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif, khususnya dalam metode komunikasi dari atas kebawah dan sebaliknya, diharapkan timbulnya saling pengertian dan kepercayaan yang baik. Menumbuh kembangkan disiplin kerja dan sense of belonging pada setiap karyawannya serta jajaran manajemen (public internal).

⁶ Tommy Supragpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*, edisi 1 (Yogyakarta: CA, 2011), 131-132

e. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi terakhir ini mencakup, persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan/ organisasi dalam upaya pencapaian tujuan kepuasan bersama, produktivitas dan terciptanya citra yang positif. Dalam hubungan ini, fungsi pengawasan merupakan pengukuran kinerja, membandingkan antara hasil yang sesungguhnya dengan rencanaserta mengambil tindakan pembetulan yang diperlukan.⁶

Strategi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga/organisasi bersangkutan. Strategi yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan atau organisasi, karyawan dan masyarakat.

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Menurut Efendy dan Onong Uchana, strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komuniasi. Adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yangtelah ditetapkan sebelumnya, rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran.Strategi Komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi

⁶ Tommy Supragapto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*, edisi 1 (Yogyakarta: CA, 2011), 131-132

(*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.⁷

a. Langkah Menyusun Strategi Komunikasi

Menurut Yusuf Zainal Abidin, untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

- 1) Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.
- 2) Menyusun pesan merupakan langkah kedua setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.
- 3) Menetapkan metode dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya, semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi

⁷Effendy dagan Onong Uchjana, *Komunikasi: Teori dan Praktek*, Edisi 1 (Bandung: RemajaRosdakarya005), 32.

pesannya. Menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.⁸

3. Pengertian Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya proses komunikasi dapat diartikan sebagai ‘transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirim pesan/informasi kepada komunikan sebagai sarana komunikasi.

Menurut Harold Laswell komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa. Menurut Louis Forsdale yang merupakan ahli komunikasi dan pendidikan mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Sedangkan menurut Brent D. Ruben komunikasi adalah ^{suatu} proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirim, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungannya dan orang lain.

Pengetahuan dasar tentang komunikasi saja belumlah memadai untuk dapat memahami komunikasi organisasi dengan baik. Tanpa pengetahuan dasar organisasi

⁸Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*, Edisi 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 32

sukarlah mengetahui apa yang sesungguhnya terjadi dalam suatu organisasi, termasuk proses komunikasi yang ada di dalamnya.

Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut¹.

Menurut Kochler organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasikan usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan, Wright mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasikan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.²

Pada dasarnya organisasi merupakan suatu sistem mengkoordinasi aktivitas dan tujuan bersama atau tujuan umum. Organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lain. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi berfungsi dengan baik.

Setelah kita mengetahui sedikit dasar tentang komunikasi dan organisasi kita dapat memahami apa yang dimaksud dengan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki

¹Edgar Schein, *Organisasi Budaya dan Kepemimpinan*, edisi 4 (Yogyakarta: Raja Grafindo, 2019)

²Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 5

antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.¹¹

Zelko dan Dance mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Sedangkan, Goldhaber mengatakan bahwa 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.¹²

Tujuan komunikasi organisasi antara lain untuk memberikan informasi baik kepada pihak luar maupun pihak dalam, memanfaatkan umpan balik dalam rangka proses pengendalian manajemen, mendapat pengaruh, alat untuk memecahkan persoalan, untuk pengambilan keputusan, mempermudah perubahan-perubahan yang akan dilakukan, mempermudah pembentukan kelompok-kelompok kerja serta dapat dijadikan untuk menjaga pintu keluar-masuk dengan pihak-pihak luar organisasi.¹³ Dimensi-dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi.

a. Komunikasi internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi. Komunikasi

¹¹ R. Wayne Pacedan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, edisi 1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 31.

¹² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 65-66.

¹³ Husein Umar, *Riset Sumber Daya manusia Dalam Organisasi*, edisi 1 (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1998), 27.

internal ini bisa berwujud komunikasi antar pribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi ini bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder.

b. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas padahal-hap yang dianggap sangat penting saja.¹⁴ Komunikasi organisasi cenderung menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal:

1) Komunikasi verbal

Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan. Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata.¹⁵

2) Komunikasi non verbal

Komunikasi nonverbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal karena keduanya itu saling bekerja sama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi nonverbal dapat memberikan penekanan, pengulangan, melengkapi dan mengganti komunikasi verbal, sehingga lebih mudah ditafsirkan maksudnya.

¹⁴ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, edisi 1 (Jakarta: Grasindo, 2011), 6-7

¹⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 95.

Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal dan bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan.¹⁶

4. Saluran Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah komunikasi organisasi kita tentu berbicara tentang bagaimana komunikasi itu dapat tersalurkan. Berikut saluran komunikasi organisasi:

a. Komunikasi kebawah (*downward communication*)

Komunikasi kebawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah.¹⁷

Kebanyakan komunikasi kebawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan:

- 1) Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
- 2) Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
- 3) Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi.
- 4) Informasi mengenai kinerja karyawan.

¹⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 130.

¹⁷ R. Wayne Pacedan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, edisi 1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 184

5) Informasi untuk mengembangkan rasa kepemilikan tugas (*sense of mission*).¹⁸

b. Komunikasi keatas (*upward communication*)

Komunikasi keatas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkatan yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi¹⁹. Setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik meminta informasi atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi daripada dia. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi keatas.

Tujuan dari komunikasi keatas adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan, tipe pesan berupa integrasi dan pembaruan.²⁰

c. Komunikasi horizontal (*sideways communication*)

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja itu meliputi individu-individu

¹⁸R. Wayne Pacedan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, edisi 1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2006), 185

¹⁹Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1(Jakarta:BumiAksara,2008),106

²⁰ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, edisi 1(Jakarta:BumiAksara,2008),117-121

yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi. Komunikasi horizontal memiliki tujuan yaitu:

- 1) Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja
- 2) Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan
- 3) Untuk memecahkan masalah
- 4) Untuk memperoleh pemahaman bersama
- 5) Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan
- 6) Untuk menumbuhkan dukungan antar personal.²¹

1) Komunikasi formal

Komunikasi formal adalah suatu proses komunikasi yang bersifat resmi dan biasanya dilakukan dalam lembaga formal melalui garis perintah atau sifatnya instruktif, berdasarkan struktur organisasi oleh pelaku yang berkomunikasi sebagai petugas organisasi dengan status masing-masing yang tujuannya menyampaikan pesan yang terkait dengan kepentingan kerja.

2) Komunikasi informal

Komunikasi informal adalah komunikasi antara orang yang ada dalam organisasi, akan tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan dalam struktur organisasi. Komunikasi informal biasanya timbul melalui rantai kerumunan dimana

²¹R. Wayne Pacedan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, edisi 1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 195-196

seseorang menerima informasi dan diteruskan kepada seseorang atau lebih dan seterusnya²²

Jaringan komunikasi formal dan informal memungkinkan anggota-anggota suatu organisasi memproses informasi, dan kedua-kedua macam jaringan komunikasi ini kadang-kadang saling mengisi. Jaringan komunikasi informal mungkin mengisi kebutuhan-kebutuhan informasi yang tidak diisi oleh jaringan komunikasi formal.

5. Pengertian Manajer

Secara umum manajer didefinisikan sebagai orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan, serta keterampilan untuk dapat memimpin, mengelola, mengendalikan, mengatur dan mengembangkan organisasi dalam proses pencapaian tujuannya. Manajer juga merujuk pada seseorang yang dapat mengarahkan orang lain dan mampu bertanggung jawab atas kegiatan ataupun pekerjaan tersebut. Menurut H. Arifin Abdurachman, manajer merupakan orang yang melakukan kegiatan didalam rentetan maupun urutan suatu proses kegiatan.²³

Menurut James A.F Stonner, manajer adalah seseorang yang melakukan segala perencanaan, proses, pengorganisasian, pengaruh serta pengawasan usaha-usaha dari para anggota organisasi guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁴

²²Arif Hary Purnomo, "Pengertian komunikasi, komunikasi formal dan jaringan komunikasi", 27 November 2012, Arifharypurnomo.blogspot.com, 11 November 2022

²³ M. Afif Dalma, "Manajer: Pengertian, fungsi, tugas, etika, tingkatan dan peran", 21 Juli 2022, Dosenpintar.com, 16 November 2022. <https://dosenpintar.com/pengertian-manajer/>

²⁴Sammy Kristamuljana, "Manajer: peran, aktivitas dan predikat". *Forum Manajemen Prasetya Mulya* 65. No. 1 (30 September 1997): 2.

a. Tugas Manajer

Adapun tugas-tugas dari seorang manajer yang harus dijalankan adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadi pemimpin organisasi.
- 2) Mengatur dan mengendalikan organisasi.
- 3) Melakukan pengembangan terhadap organisasi yang dipimpin.
- 4) Melakukan penyelesaian masalah yang dihadapi organisasi.
- 5) Melakukan pengawasan terhadap organisasi.
- 6) Meningkatkan tanggung jawab kepada para pekerjanya.
- 7) Melakukan evaluasi kegiatan yang dilakukan organisasi.

b. Peran Seorang Manajer

Di dalam sebuah organisasi seorang manajer memiliki peranan penting untuk mengembangkan organisasinya. Menurut Hendry Mintzberg, peran dari seorang manajer adalah sebagai berikut:

- 1) Peran *figure*, dengan kata lain manajer merupakan simbol dari perusahaan.
- 2) Peran pemimpin, seorang manajer harus mampu memimpin, membimbing, serta memotivasi perusahaan.
- 3) Peran penghubung, seorang pemimpin adalah penghubung antar anggota dan sumber daya manusia, antar anggota dan pihak luar.
- 4) Pemonitor, manajer harus menjalankan peran dalam hal mencari, menerima berbagai informasi pengembangan pemahaman industri.

5) Juru bicara, manajer harus bisa menjadi juru bicara dalam penyebaran informasi baik kepada pihak dalam maupun luar.²⁵

6. Pengertian Semangat Kerja

Hasley menyatakan bahwa semangat kerja atau moral kerja adalah sikap kesediaan perasaan yang memungkinkan seorang karyawan untuk menghasilkan kerja yang lebih banyak dan lebih tanpa menambah keletihan, yang menyebabkan karyawan dengan antusias ikut dalam kegiatan-kegiatan dan usaha-usaha kelompok sekerjanya, dan membuat karyawan tidak mudah kena pengaruh dari luar, terutama dari orang-orang yang mendasarkan sasaran mereka itu atas tanggapan bahwa satu-satunya kepentingan pemimpin perusahaan itu terhadap dirinya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya darinya dan member sedikit mungkin²⁶

George D. Hasley mengatakan bahwa semangat kerja merupakan perasaan yang memungkinkan seseorang bekerja untuk menghasilkan yang lebih banyak dan lebih baik. Sedangkan menurut Pariata Westra semangat kerja juga merupakan suatu sikap individu atau kelompok terhadap kesukarelaannya untuk bekerjasama agar mencurahkan kemampuannya secara menyeluruh. Jadi, semangat kerja pada dasarnya adalah kemauandari setiap individu atau kelompok untuk saling bekerjasama dengan giat, disiplin, dan penuh rasa tanggungjawab dalam melaksanakan tujuan yang telah

²⁵Henry Mintzberg, *Mintzberg on Management: Inside Our Strange World of Organizations*, Edisi 1 (New York: Free Press, 1989), 15-22

²⁶Unknow, "Semangat Kerja, Definisi, dan Aspeknya", 6 juni 2009, Jurnal SDM.blogspot.com, 11 November 2022

ditetapkan²⁷

Hadits Nabi dari Ibnu Abbas menurut riwayat Al-Bukhari:

“Bahwasannya Nabi shallallaahu ,alaihi wa sallam pernah berbekam dan menyuruhku untuk memberikan upah kepada tukang bekamnya”

a. Unsur-unsur semangat kerja

1) Presensi

Presensi merupakan kehadiran karyawan yang berkenaan dengan tugas dan kewajiban. Pada umumnya instansi/lembaga selalu mengharapkan karyawannya untuk datang dan pulang tepat waktu, sehingga pekerjaan tidak tertunda. Ketidakhadiran seorang karyawan akan berpengaruh terhadap produktivitas kerja, sehingga instansi/lembaga tidak bisa mencapai tujuan secara optimal.

2) Disiplin kerja

IG. Wursanto mengatakan bahwa disiplin kerja merupakan ketaatan seseorang terhadap suatu peraturan yang berlaku dalam organisasi yang menggabungkan diri dalam organisasi itu atas dasar adanya dan keinsafan, bukan karena adanya paksaan. Moekijat mengatakan bahwa disiplin kerja adalah suatu kekuasaan yang berkembang dalam penyesuaian diri dengan sukarela kepada ketentuan-ketentuan, peraturan-peraturan dan nilai-nilai dari pekerja.

3) Kerjasama

Keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi tergantung pada orang-orang yang terlibat didalamnya. Untuk itu penting adanya kerjasama yang baik diantara

²⁷ Juansha Yudystira, Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga karyawan, *Journal.uin-alauddin.ac.id*1, no. 1 (November 2018): 35.

semua pihak dalam organisasi, baik dengan atasan, teman sejawat, maupun bawahan. Menurut Winardi kerjasama adalah tindakan konkret seseorang dengan orang lain. Sedangkan Pariata Westra mengatakan bahwa kerjasama dapat diartikan sebagai suatu sikap dari individu maupun kelompok terhadap kesukarelaannya untuk bekerjasama agar dapat mencurahkan kemampuan secara menyeluruh.

4) Tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan kewajiban seseorang untuk melaksanakan segala sesuatu yang telah diwajibkan kepadanya, dan jika terjadi kesalahan yang disebabkan karena kelalaiannya, maka seseorang dapat dituntut atau dipersoalkan. Menurut Pariata Westra tanggung jawab merupakan keharusan pada seseorang yang telah diwajibkan kepadanya.

5) Produktivitas kerja

Slamet Saksosno mengatakan bahwa produktivitas kerja adalah rasio antara produksi yang dapat dihasilkan dengan keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan untuk keperluan produk itu. Sedangkan Ravianto berpendapat bahwa produktivitas kerja juga diartikan sebagai efisiensi modal dan waktu yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Jadi, produktivitas kerja pada dasarnya adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan barang atau jasa dengan menggunakan berbagai sumber produksi sesuai dengan mutu dan jangka waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Semangat Kerja

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya semangat kerja adalah sebagai berikut:

- 1) Hubungan yang harmonis antara pimpinan dan bawahan.
- 2) Kepuasan karyawan terhadap tugas dan pekerjaannya.
- 3) Terdapat suasana dan iklim kerja yang bersahabat dengan anggota lain dalam suatu organisasi.
- 4) Adanya tingkat kepuasan ekonomi dan kepuasan material lainnya yang memadai sebagai imbalan yang dirasakan adil terhadap jerih payahnya.
- 5) Adanya ketenangan jiwa, jaminan kepastian serta perlindungan terhadap segala sesuatu yang dapat membahayakan diri pribadi dan karir dalam pekerjaannya.
- 6) Lingkungan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.
- 7) Motivasi

Menurut Alex S. Nitisemito ada beberapa cara untuk memberikan motivasi kepada karyawan dalam meningkatkan semangat kerja:

- a) Memberikan gaji yang cukup
- b) Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berkembang.
- c) Menempatkan karyawan pada posisi yang tepat.
- d) Menciptakan suasana santai.
- e) Memberikan insentif yang terarah.
- f) Memperhatikan kebutuhan rohani karyawan.

g) Menyertakan karyawan untuk diajak berunding.

c. Pengukuran Kinerja Karyawan

Menurut Bernandin dan Russet yang dikutip oleh Rahmatullah, adapun enam kriteria penting yang dapat digunakan untuk mengukur peningkatan kinerja karyawan:

- a) *Quality*, merupakan tingkat sejauh mana proses atau hasil pelaksanaan kegiatan mendekati kesempurnaan atau mendekati tujuan yang diharapkan.
- b) *Quantity*, merupakan jumlah yang dihasilkan, misalnya jumlah rupiah, jumlah unit, jumlah siklus kegiatan yang diselesaikan.
- c) *Time liness*, adalah tingkat sejauh mana suatu kegiatan diselesaikan pada waktu yang dikehendaki, dengan memperhatikan koordinasi output lain serta waktu yang tersedia untuk kegiatan lain.
- d) *Cost effectiveness*, adalah tingkat sejauh mana penggunaan daya organisasi (manusia, keuangan, teknologi, material dimaksimalkan) untuk mencapai hasil tertinggi, atau pengurangan kerugian dan setiap inti penggunaan sumber daya.
- e) *Need for supervision*, merupakan tingkat sejauh mana seorang pekerja dapat melaksanakan suatu fungsi pekerjaan tanpa memerlukan pengawasan seseorang supervisor untuk mencegah tindakan yang kurang diinginkan.
- f) *Interpersonal Impact*, merupakan tingkat sejauh mana karyawan memelihara harga diri, nama baik dan kerja sama diantara rekan kerja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Komunikasi Organisasi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk memberikan solusi yang ada berdasarkan data. Menurut Etna Widodo Muchtar, penelitian deskriptif adalah metode riset yang digunakan untuk memperjelas gejala sosial melalui berbagai variabel penelitian yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi tentang Strategi Komunikasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan secara mendalam dan komprehensif.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi organisasi manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam meningkatkan kinerja karyawan.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian Strategi Komunikasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan ini dilaksana di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit

Luwu. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena pada perusahaan tersebut belum pernah ada yang melakukan penelitian serupa seperti apa yang akan penulis teliti dan lokasi penelitian tersebut berlokasi pada alamat penulis. Penelitian ini dimulai Februari-Maret.

D. Definisi Istilah

Untuk menghindari kekeliruan dan perbedaan pengertian terhadap istilah dalam penelitian ini, maka peneliti perlu menjelaskan terlebih dahulu istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun penjelasan dan pembatasan istilah dalam hal ini sebagai berikut :

1. Manajer

Manajer adalah orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan, serta keterampilan untuk dapat memimpin, mengelola, mengendalikan, mengatur dan mengembangkan organisasi dalam proses pencapaian tujuannya.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

3. Organisasi

Organisasi yang dimasud dalam penelitian ini adalah PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu

E. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu pedoman atau prosedur teknik di dalam perencanaan penelitian yang berguna menjadi panduan agar membangun strategis yang dihasilkan model bagi peneliti. Desain penelitian alat penuntun untuk melakukan proses penentuan ketika data diambil, ketika sampel ditentukan, dan data yang dikoreksi serta analisisnya.

Desain penelitian yang dipakai yakni desain penelitian deskriptif kualitatif agar bisa mendapatkan informasi secara keseluruhan, dengan cara mencari data melalui objek yang diteliti serta menganalisis data yang telah diperoleh. Desain penelitian ini dipakai oleh wawancara pada teknik pengumpulan data agar hasil yang didapatkan bisa memberi gambaran secara keseluruhan agar bisa menghasilkan rumusan masalah yang diajukan. Setelah itu memberi kesimpulan dari hasil yang telah diteliti.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua (2), yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung sebagai sumber informasi yang dicari. Data yang dimaksud yaitu data karyawan dan manajer di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu yang dilakukan dengan wawancara langsung kepada narasumber peneliti.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data dari pihak tertentu yang sangat berhubungan dengan penelitian, data ini diperoleh dengan cara:

- a. Pencatatan, yaitu dengan mencatat laporan-laporan yang mendukung penelitian
- b. Studi kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan membaca referensi yang berhubungan dengan objek penelitian.

Data sekunder juga biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen misalnya data mengenai keadaan demografis suatu daerah, data mengenai produktivitas, suatu perguruan tinggi, dan mengenai persediaan pangan di suatu daerah dan sebagainya.

G. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.² Dalam penelitian ini peran peneliti adalah sebagai instrumen kunci dalam mengumpulkan data dengan menggunakan pengamatan, wawancara, dan dokumen. Berdasarkan teknik

²Suharsimi Arikunto, *Evaluasi Program Pendidikan*. Edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara. 2010.),135

pengumpulan data yang digunakan, maka instrumen penelitian ini menggunakan panduan wawancara, alat dokumentasi, buku catatan, dan lain lain.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah “dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan reliable”. Menurut Suharsimi Arikunto bahwa “teknik penelitian adalah berbagai cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Cara yang tersebut adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Berikut teknik mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data penelitian berupa keterangan yang diberikan sumber data melalui tanya jawab secara lisan antara peneliti dan sumber data, dan dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan informan yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari objek penelitian dan terlibat dalam kegiatan proses Strategi Komunikasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. Wawancara dilakukan secara mendalam, struktur dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada para sumber data penelitian dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan yang telah disusun, kemudian dilakukan perekaman audio menggunakan handphone. Wawancara ini

dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti, namun dalam proses wawancara tersebut peneliti terkadang menemukan ketidakteraturan dalam penjelasan sumber data sehingga peneliti juga sering melakukan wawancara yang tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

2. Teknik Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto metode dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Hadari Nawawi menyatakan bahwa studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.³

3. Teknik Observasi

Menurut Riduwan metode observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Teknik ini sering kali diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada subyek penelitian. Teknik observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis hendaknya dilakukan pada subyek yang secara aktif mereaksi terhadap obyek.⁴

³Suharsimi Arikunto. *Evaluasi Program Pendidikan*. edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara. 2010.), 135

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2012), 309.

I. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui kredibilitas data yang dikumpulkan selama penelitian, teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data yaitu teknik yang lebih mengutamakan efektivitas hasil penelitian. Maka penulis perlu melakukan triangulasi data, adapun triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data melalui wawancara dan dokumentasi, data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Triangulasi waktu

Waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data. Jadi pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan cara wawancara dan dokumentasi dalam waktu atau situasi yang berbeda.

J. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dari sumber data wawancara dan dokumentasi, maka selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang telah dikumpulkan sebelum peneliti menarik kesimpulan. Adapun teknik yang

digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini melalui tiga tahapan analisis yaitu:

1. Reduksi data

Pada tahapan reduksi data, data yang diperoleh di lapangan kemudian dipilih lalu dikumpulkan agar data menjadi lebih sederhana dan juga mudah untuk diolah. Peneliti memilih hal yang pokok, fokus pada hal-hal yang pokok, dan merangkum. Dengan demikian data yang telah direduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan.

2. Penyajian data

Penyajian data yaitu data yang diperoleh dari reduksi data. Dalam penyajian data ini penulis menyajikan hasil penelitian dimana temuan-temuan baru dihubungkan dengan penelitian terdahulu. Penyajian data dalam penelitian bertujuan untuk menyampaikan hal-hal yang menarik dari masalah yang diteliti, metode yang digunakan, penemuan yang diperoleh, penafsiran hasil dan pengintegrasian dengan teori.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Pada tahap ini peneliti membuat kesimpulan yang sifatnya masih terbuka dan umum untuk kemudian menjadi lebih terinci dan spesifik. Hasil dari verifikasi data merupakan bagian akhir dari analisis data yang memunculkan kesimpulan-kesimpulan yang akurat dan mendalam dari hasil penelitian.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Singkat PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu

PT Perkebunan Nusantara XIV (Persero) didirikan pada tanggal 11 Maret 1996 berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996 tentang Peleburan PT Perkebunan XXVIII (Persero), PT Perkebunan XXXII (Persero), PT Bina Mulya Ternak (Persero) menjadi PT Perkebunan Nusantara XIV (Persero), termasuk eks Proyek-proyek pengembangan PT Perkebunan XXIII (Persero) di Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara. Akta Pendirian PT Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Nomor 47 tanggal 11 Maret 1996 dibuat oleh Notaris Harun Kamil, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor C2-9087.HT.01.01 tahun 1996 tanggal 24 September 1996 (Berita Negara RI Nomor 81 tanggal 08 Oktober 1996, tambahan Nomor 8678).

Pada tahun 2008 berdasarkan Akta Nomor 13 tanggal 11 Agustus 2008 dari Notaris Lola Rosalina,SH tentang Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara XIV Di Luar Rapat Umum Pemegang Saham tentang Penambahan Modal Disetor dan Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara XIV, Modal Ditempatkan/Disetor mengalami penambahan yang berasal dari Penyertaan Modal Negara (PMN) sebesar Rp 100.000.000.000,- sesuai Peraturan Pemerintah

RI Nomor 68 Tahun 2007 tanggal 10 Desember 2007 sehingga Modal Perseroan menjadisebagai berikut: Modal Dasar sebesar Rp 540.000.000.000,- ModalBelum Ditempatkan/Disetor sebesar Rp 305.000.000.000,-, dan Modal Ditempatkan/Disetor sebesar Rp 235.000.000.000,-.

Pada tahun 2014, Pemerintah Indonesia resmi menyerahkan mayoritas saham perusahaan ini ke PTPN III, sebagai bagian dari upaya untuk membentuk holding BUMN di bidang perkebunan. Pada bulan Oktober 2022, sebagai bagian dari upaya untuk membentuk subholding pabrik gula di internal PTPN III, perusahaan ini resmi menyerahkan semua asetnya yang berupa pabrik gula ke anak usaha PTPN III yang lain, yakni PT Sinergi Gula Nusantara. Walaupun begitu, perusahaan ini tetap mengelola aset yang berupa kebun tebu. PTPN XIV memiliki empat Unit Usaha Kelapa Sawit, yakni Kebun & PKS Luwu, Kebun Keera-Marolangin, Kebun Malili, dan Kebun Asera dengan produk berupa minyak sawit dan kernel. Hingga tahun 2020, luas Tanaman Menghasilkan (TM) mencapai 5.270 ha, terdiri dari tanaman dewasa seluas 3.027 ha (57%), tanaman remaja seluas 541 ha (10%), tanaman muda seluas 1.703 ha (32%). Sementara luas tanaman belum menghasilkan (TBM) mencapai 5.162 ha, sedangkan luas tanaman ulang mencapai 424 ha PTPN XIV memasok tebunya ke tiga pabrik gula, yakni PG Bone, PG Camming dan PG Takalar yang dikelola oleh PT Sinergi Gula Nusantara. Luas lahan perusahaan ini yang ditanami tebu mencapai 12.625 hektar. PTPN XIV juga memiliki dua Unit Kebun Karet, yakni Unit Kebun Awaya / Telpa putih di Pulau Seram dan Unit Kebun Beteleme di Kabupaten

Morowali, dengan produk berupa karet kering (SIR-20 dan Brown Crepe). Hingga tahun 2020, luas Tanaman Menghasilkan (TM) mencapai 2.512 ha, dengan komposisi tanaman renta seluas 1.476 ha (59%), tanaman muda seluas 740 ha (29%), dan 12% lainnya adalah tanaman tua, dewasa dan remaja.

Selain itu, PTPN XIV memiliki 2 Kebun Kelapa, yakni di Kebun Awaya / Telpaputih dan di Kebun Minahasa- Halmahera, dengan produk berupa kopra dan kelapa kupas. Luas Tanaman Menghasilkan mencapai 3.800 ha. PTPN XIV juga memiliki lahan seluas +/- 7.900 ha yang dijadikan Ranch Sapi, yakni Ranch Kabaru di Pulau Sumba, Nusa Tenggara Timur, dengan produk berupa sapi. Hingga tahun 2020, jumlah sapi mencapai 1.724 ekor.

Pada tahun 2002, PT Perkebunan Nusantara XIV bergabung dengan PT Perkebunan Nusantara III sebagai Perusahaan Holding Berdasarkan SK Menteri BUMN No. 171/KMB/061.2022 Menjadi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu. Dengan penggabungan tersebut agar supaya lebih efisien, maka digabung pula 3 unit usaha yang ada di Kab. Luwu, yaitu :

1. Pabrik Kelapa Sawit
2. Kebun Luwu I
3. Kebun Luwu II

Dan menjadi satu unit usaha dengan nama Perkebunan Kelapa sawit Luwu yang berada pada Desa Lagego Kab. Luwu Timur Prov. Sulawesi Selatan

2. Visi Misi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu

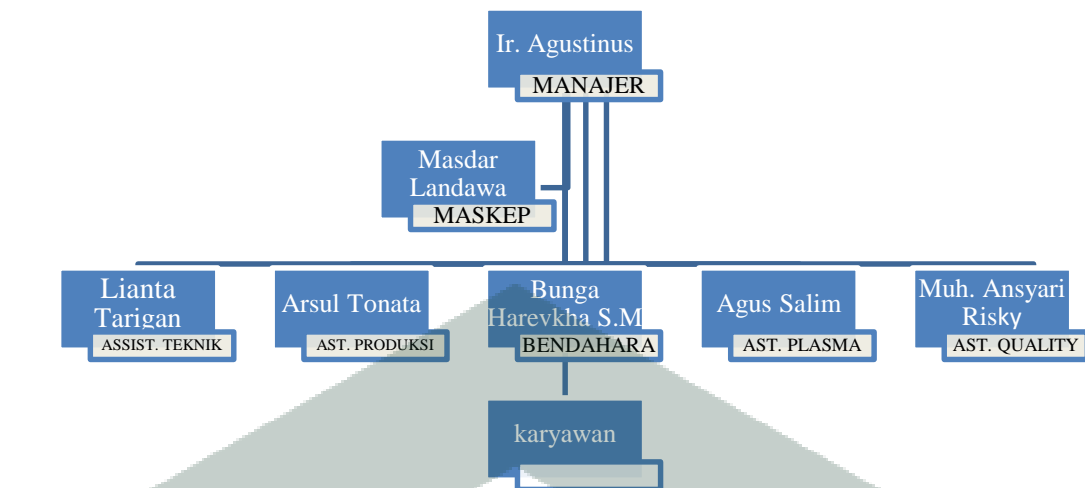
a. Visi : Menjadi perusahaan agribisnis yang sehat, inovatif, tangguh, dan berkarakter dalam mendukung kemajuan Negeri.

b. Misi perusahaan :

- 1) Perbaiki sistem pengelolaan untuk meningkatkan produksi, produktivitas, dan kualitas pada unit usaha secara berkelanjutan dengan fokus utama pada komoditas kelapa sawit.
- 2) Meningkatkan kompetensi dan profesionalisme Sumber Daya Manusia melalui pengelolaan organisasi dan engagement karyawan yang kuat.
- 3) Membangun rantai nilai yang handal dan adaptif.
- 4) Meningkatkan nilai tambah bagi shareholder melalui optimalisasi aset secara efektif dan efisien dengan menerapkan tata kelola yang baik.
- 5) Meningkatkan kepercayaan stakeholder melalui sinergitas kemitraan yang harmonis.

3. Struktur Organisasi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

Organisasi adalah proses untuk merancang struktur formal yang mengelompokkan dan mengatur serta membagi tugas diantara para anggota untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Secara garis besar organisasi PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4. Strategi komunikasi organisasi Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu

Strategi komunikasi organisasi adalah hal yang mengikat kesatuan organisasi. Strategi komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasi perubahan organisasi, mengoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan. Meskipun demikian, berkomunikasi dengan baik tidaklah mudah. Dalam sebuah perusahaan yang tujuan dasar adalah mencari profit, sangatlah penting memerhatikan strategi-strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Hal ini dilihat dari hasil wawancara dengan Bapak Ir. Agustinus selaku manager di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, sebagai berikut:

“Strategi komunikasi dalam perusahaan itu penting, karena dengan menyusun sebuah strategi komunikasi yang baik itu perusahaan bisa meningkatkan kinerja dan efektivitas karyawan”³

Manajer juga menambahkan tentang penyusunan strategi komunikasi sebagai berikut :

“Saya menyusun sebuah strategi komunikasi itu mengambil beberapa indikator seperti tujuan komunikasi, segmentasi publik, pesan yang mau disampaikan, media penyampaian, dan evaluasi kinerja”⁴

Komunikasi merupakan hal yang mengikat kesatuan organisasi.

Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasi perubahan organisasi, mengkoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan. Meskipun demikian, berkomunikasi dengan baik tidaklah mudah. Dalam sebuah perusahaan yang tujuan dasar adalah mencari profit, sangatlah penting memerhatikan strategi-strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Adapun langkah-langkah yang dijalankan oleh Manajer dalam menyusun strategi komunikasi sebagai berikut:

a. Penyebaran Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan sesuatu yang sifatnya abstrak. Akan tetapi, ketika pesan tersebut disampaikan dari komunikator ke komunikan, pesan tersebut menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/lambang berupa

³ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

⁴ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

bahasa, suara, gambar, mimik, gerak-gerik, dan sebagainya. Pesan yang merupakan produk dari komunikasi bahkan dalam komunikasi organisasi menjadi sesuatu yang sangat penting. Namun, terkadang pesan dalam sebuah organisasi itu sangat sulit untuk didistribusikan. Terkait dengan penyebaran pesan karyawan memberikan statemen sebagai berikut:

“Perusahaan selalu memberi ruang dalam menyampaikan aspirasi atau informasi, namun terkadang saya tidak memiliki nyali dalam menyampaikannya karena saya merasa terlalu kecil untuk hal itu”.⁵

Sudah seharusnya sebuah perusahaan mendengarkan dan memperoleh informasi dari para karyawannya guna memajukan perusahaan tersebut. Penyebaran pesan dalam PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu sebagai berikut:

1) Penyebararan secara serentak

Sebagian besar komunikasi organisasi berlangsung dari orang ke orang dan hanya melibatkan sumber pesan dan penerima. Cukup sering seorang Manajer menginginkan informasi disampaikan kepada lebih dari seorang tenaga karyawan dalam waktu yang bersamaan. Untuk itu PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu membentuk sistem yang memudahkan informasi itu dapat tersalurkan kepada semua tenaga karyawan sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu untuk menyalurkan pesan secara serentak yaitu

:

⁵ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

a) Rapat rutin

Rapat rutin merupakan rapat para karyawan yang dilaksanakan tiap pekannya yaitu tiap sabtu paginya di kantor sentral Manajer.

“Pada perusahaan kami dalam hal ini PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu selalu mengadakan rapat rutin yang dilaksanakan tiap sabtu pagi gunanya itu untuk menyampaikan informasi langsung kepada para karyawan, membahas pekerjaan karyawan selama sepekan, atau hanya sekedar menjalin tali silaturahmi dari tiap para karyawan”⁶

Dalam sebuah perusahaan rapat dijadikan alat untuk tetap meluruskan tujuan perusahaan kepada para karyawannya dengan sekedar menerima dan memberi informasi dari dan ke para karyawannya.

“Perusahaan selalu memberi ruang untuk menyampaikan aspirasi saya pada saat rapat rutin, biasanya saran saya diterima namun tidak jarang juga saran saya itu tidak diterima”.

Bapak Bambang juga menambahkan:

“Selalu ada ruang yang diberikan oleh perusahaan ketika saya memiliki aspirasi-aspirasi yang ingin saya salurkan. Namun, kita sendiri tahu kalau ini adalah sebuah perusahaan dimana saran itu tidak langsung diterima begitu saja, saran-saran yang diberikan itu dipertimbangkan dulu apakah sudah sesuai dengan tujuan dari perusahaan”⁷

b. Pembagian Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan yang rinci harus diberikan kepada anggota perusahaan yang merupakan pedoman dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Spesialisasi peranan anggota perusahaan menurut pembagian pekerjaan

⁶ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

⁷ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

dikualifikasikan berdasarkan kompetensi teknis dan kemampuan melakukan pekerjaan. Dengan adanya pembagian pekerjaan, perusahaan dapat menerapkan aturan-aturan, norma-norma, dan prosedur yang baku mengenai apa yang dilakukan dalam menyelesaikan tugas-tugas perusahaan. Pembagian pekerjaan juga dapat membantu para karyawan dalam mengembangkan diri pada perusahaan.

“Saya sangat memiliki minat yang tinggi dalam mengembangkan diri pada perusahaan ini. Saya sangat serius dengan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan dan saya selalu memberikan perhatian penuh kepada setiap tugas yang diberikan dan itu juga wajib menurutku”.⁸

Bambang juga menambahkan:

:

“Pastinya saya selalu ingin untuk mengembangkan diri dalam perusahaan. Setiap saya mengerjakan sesuatu dalam hal ini adalah produksi, saya bakal menyelesaikannya secara loyal, dan sungguh-sungguh hingga semua pekerjaan terselesaikan dengan maksimal”.⁹

Dengan adanya pembagian pekerjaan upaya untuk menyederhanakan dari keseluruhan kegiatan dan pekerjaan yang mungkin saja bersifat kompleks menjadi lebih sederhana dan spesifik sehingga masing-masing divisi telah mengetahui tugasnya masing-masing. Dan diharapkan setiap karyawan mengutamakan kepentingan perusahaan di atas kepentingan pribadi.

“Saya bersedia menerima pekerjaan tambahan yang diberikan oleh perusahaan selama itu baik buat pengembangan diri saya”.¹⁰

⁸ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

⁹ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹⁰ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

Namun tak jarang pula seorang karyawan lebih mementingkan kepentingan pribadinya dibandingkan kepentingan perusahaan.

“Saya tidak bersedia menerima pekerjaan tambahan kecuali tugas tambahan itu terkait dengan keluar kota baru saya mau. Yah, berhubung hobi saya juga jalan-jalan”.¹¹

Terkait dengan semua itu, pembagian kerja sangat diperlukan dengan alasan bahwa dalam pembagian kerja terjadi pembagian fungsi-fungsi dimana setiap fungsi memerlukan keahlian khusus untuk menyelesaikan setiap pekerjaan

5. Penyebab Meningkatnya Semangat Kerja pada PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu

Pada sebuah perusahaan dalam hal ini adalah PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu dimana kegiatan utamanya adalah pemberian jasa dan para karyawan memegang peranan penting sebagai ujung tombak perusahaan yang bersentuhan langsung dengan para *customer* sudah selayaknya perusahaan memerhatikan para karyawannya dalam hal peningkatan semangat kerja. Berikut yang menjadi unsur- unsur peningkatan semangat kerja:

a. Status Sosial Pekerjaan

Status sosial merupakan dambaan setiap karyawan dalam bekerja. Dengan menduduki sebuah jabatan dapat membuat karyawan tersebut merasa bangga dengan apa yang dilakukannya.

“Saya merasa bangga atas pekerjaan saya sebagai seorang karyawan dan saya merasa bahwa yang bisa menjadi seorang

¹¹ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

karyawan itu hanya orang yang berkualitas”¹²

Bapak Ribi Juga menambahkan:

“Saya merasa puas dengan jabatan saya sebagai karyawan dan saya merasa bangga atas pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan dan saya pikir siapa yang tidak bangga menjadi seorang karyawan”¹³

Dengan status sosial pekerjaan dapat memberi dorongan kepada para karyawan meningkatkan semangat kerjanya, Ribi juga menambahkan

“Saya sangat bangga menjadi seorang karyawan. Karena, saya dapat membagikan apa yang saya tahu kepada para karyawan yang lain”.¹⁴

Status sosial yang diberikan oleh perusahaan, para karyawan merasa dirinya akan dipercaya melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan semangat kerja dirinya.

b. Lingkungan

Lingkungan kerja dalam suatu perusahaan termasuk dalam salah satu hal yang penting untuk diperhatikan sebab lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap para karyawannya yang melakukan proses produksi. Namun, tiap perusahaan memiliki perbedaan sistem dalam pemberian lingkungan yang nyaman terhadap para karyawan.

“Kalau berbicara lingkungan pekerjaan, masing-masing perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan. Jadi, saya

¹² Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹³ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹⁴ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

bekerja dalam perusahaan ini dibawa santai saja”.¹⁵

Bambang juga menambahkan:

“Saya merasa lingkungan dalam perusahaan saya itu 50-50. Dalam artian kadang saya merasa nyaman dengan lingkungan pekerjaan karena karyawannya dan terkadang saya merasa tidak nyaman dengan lingkungannya karena sistem yang diberlakukan”.¹⁶

Lingkungan kerja yang memuaskan bagi karyawannya dapat meningkatkan kinerja. Hal ini disampaikan oleh pihak Manajer sebagai berikut:

“Dalam PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, kami membuat lingkungan yang positif dan nyaman mungkin buat para karyawan sehingga kualitas kerjanya itu tidak berkurang”.¹⁷

Tingkat kenyamanan mempunyai peranan utama dilingkungan kerja. Jika para karyawan telah merasa nyaman untuk bekerja dalam suasana yang telah ditentukan oleh perusahaan. Maka, semangat kerja para karyawan juga akan meningkat.

“Mengenai lingkungan yang tercipta dalam tempat kerja saya sudah sangat nyaman, saya sudah merasa nyaman dengan sesama karyawan”.¹⁸

Suasana kerja yang sehat tidak hanya dapat membuat para karyawan untuk terbebas dari stres akibat tekanan kerja yang diberikan, tetapi juga

¹⁵ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹⁶ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹⁷ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

¹⁸ Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

membantu dalam meningkatkan semangat kerja para karyawannya.

c. Gaji atau Upah

Gaji merupakan pembayaran dari perusahaan atas penyerahan jasa yang dilakukan oleh para karyawan. Gaji atau upah bagi para karyawannya merupakan kompensasi yang menentukan terwujudnya kelancaran dalam bekerja. Dengan pembayaran upah yang tepat waktu akan mengurangi rasa kecemasan pada diri para karyawan sehingga dapat bekerja dengan tenang.

“Dalam perusahaan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu kami menerapkan sistem *cash* dimana para karyawan kami akan langsung mendapatkan gaji setelah 1 bulan kerja dan para karyawan akan mendapatkan gaji sesuai dengan jam kerja mereka. Para karyawan dibayar perjam sesuai dengan tingkatan jabatan masing-masing”.¹⁹

Dengan sistem pembayaran gaji langsung setelah melakukan pemberian jasa diharapkan para karyawan bergairah untuk meningkatkan semangat kerjanya. Namun, terkadang sebuah perusahaan besar sangat sulit untuk mengukur pemberian gaji kepada para karyawannya sehingga tak jarang ada beberapa karyawan yang masih merasa kekurangan dalam hal gaji.

Jabatan seseorang dalam sebuah organisasi sangat berpengaruh dalam mengambil tindakan. Dengan jabatan yang lemah kekuatanpun ikut melemah sehingga tuntutan untuk kenaikan gajipun tidak terlaksana. Namun, dalam mendirikan sebuah perusahaan. Perusahaan telah mengukur segala pengeluaran yang dianggap telah sesuai oleh standar oprasional perusahaan

¹⁹ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

“Yang saya rasa selama ini saya bekerja, saya merasa gaji yang saya peroleh sudah layak”.²⁰

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Ribi sebagai berikut:

“Alhamdulillah, saya merasa puas dengan gaji yang saya terima selama ini dan saya rasa juga lumayan cukup”.²¹

Ribi juga menambahkan

“Kalau ditanya terkait upah atau gaji yang diberikan itu menurut saya sudah sesuai apa yang saya dapat dengan apa yang saya lakukan”.²²

Sistem penggajian pada perusahaan sangat harus dipikirkan agar timbul kedisiplinan yang mengarah kepada peningkatan semangat kerja bagi para karyawannya.

d. Motivasi

Motivasi sering dianggap sebagai sebuah dorongan untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik. Motivasi dalam sebuah perusahaan mempersoalkan bagaimana perusahaan tersebut mendorong gairah kerja para karyawannya agar mau bekerja lebih giat dengan semua kemampuannya sehingga tujuan perusahaan itu dapat tercapai. Dalam perusahaan, motivasi untuk kerja bagi para karyawannya itu sangatlah penting untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Terkait dengan pemberian motivasi, Manajer memberikan statemen sebagai berikut:

²⁰ Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

²¹Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

²²Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

“Dalam tiap rapat yang dilakukan oleh perusahaan, perusahaan selalu memotivasi para karyawannya untuk melakukan pekerjaan dengan penuh semangat. Dan tidak jarang dalam rapat itu diselingi dengan cerita-cerita motivasi sehingga para tenaga karyawan merasa nyaman dengan rapat dan dapat meningkatkan semangat dalam bekerja”.²³

Perusahaan sudah selayaknya memotivasi tiap karyawan untuk meningkatkan semangat kerjanya.

“Banyak motivasi-motivasi yang diberikan oleh perusahaan. Kita tahu bahwa tiap orang memiliki tingkat jenuhnya masing-masing dan ketika saya merasa jenuh dengan pekerjaan, perusahaan selalu memotivasi saya untuk tetap bersemangat”.²⁴

Pernyataan Bambang di perkuat oleh pernyataan Ribi sebagai berikut

“Perusahaan selalu memotivasi kami untuk melakukan pekerjaan lebih baik dan terkadang dalam rapat diselingkan cerita-cerita motivasi untuk menarik semangat kerja kami”.²⁵

Motivasi yang diberikan oleh perusahaan sering berbentuk cerita-cerita penyemangat. Motivasi sangat berkaitan langsung dengan semangat kerja para karyawan sehingga dengan motivasi yang tinggi sasaran dan tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai dengan maksimal.

1) Penghargaan atau *Prestise*

Setiap orang menginginkan penghargaan dari lingkungan bahkan dari perusahaannya. Seseorang mau bekerja lebih juga disebabkan adanya keinginan untuk mendapat penghargaan.

“Yah, perusahaan memberikan hadiah ataupun penghargaan-

²³Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

²⁴Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

²⁵Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

penghargaan ketika kita melakukan pekerjaan yang lebih dan itu juga membuat saya harus melakukan lebih terhadap pekerjaan yang diberikan”.²⁶

Sudah menjadi sesuatu yang wajar jika seorang karyawan bila ingin penghargaan harus memadukan dengan memperlihatkan prestasi tertentu.

2) Sanksi atau *Punishment*

Pada sebuah perusahaan, pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan tidak dapat ditolerir bergantung pada pelanggaran yang dibuat. Perusahaan menetapkan aturan-aturan yang berlaku sehingga para karyawan tidak melakukan pelanggaran yang dapat merugikan perusahaan.

“Mengenai pemberian sanksi oleh perusahaan kami memang ada tetapi pemberian sanksi itu memiliki beberapa tahap, tahap yang pertama biasa berupa teguran secara lisan dan apabila kesalahan yang dilakukan sudah tidak bisa lagi ditoleran oleh perusahaan maka perusahaan berhak untuk menerbitkan SP (Surat Peringatan) Dari SP 1 sampai 5 yang ditandai dengan pemberlakuan PHK”²⁷

Aturan yang ditetapkan perusahaan semata-mata untuk menjaga agar para konsumen merasa puas terhadap jasa yang diberikan dan mendorong agar para karyawan mengerjakan pekerjaan yang telah ditetapkan.

B. Pembahasan

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (*efek*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas

²⁶Bambang, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

²⁷Ribi, Karyawan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komuniiasi.

Dari urian diatas jelaslah bahwa pelaksanaan Peningkatan kinerja karyawan mempunyai arti penting bagi perusahaan karena strategi manager akan memberikan pengaruh terhadap kemampuan kerja. Hal itu sangat erat pengaruhnya karena makin baik Strategi Pelaksanaan Peningkatan kinerja manusia makin meningkat pula kinerja karyawn, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa cukup baiknya pelaksanaan peningkatkan kinerja karyawan pada PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, maka “cukup baik” pula kinerja karyawan.

Dari hasil yang demikian, berarti peranan Manajer di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, telah melakukan perannya dalam berkomunikasi, mengarahkan dan memberikan bimbingan, perannya dalam memotivasi, pembentukan situasi dan iklim kerja yang kondusif, pemberian pengawasan dan hukuman, mengetahui kendala-kendala dalam memotivasi serta cara-cara mengatasi permasalahan yang timbul dalam pemberian motivasi.

Berdasarkan analisa peneliti dapat diketahui kendala-kendala yang di hadapi pemimpin dalam memotivasi karyawannya yaitu setiap karyawan mempunyai tipe dan karakter yang berbeda-beda dari setiap orang. Seperti dikatakan juga memotivasi karyawan itu yang memiliki skill memang lebih sulit dibanding karyawan yang biasa-biasa saja, itu dikarenakan tingkat dan pola pikir mereka berbeda antara karyawan yang satu dengan yang lain. Mengatasi permasalahan dalam memotivasi, seorang pemimpin lebih meningkatkan

hubungan personal dengan para karyawannya. Dalam pendekatan ini akan terjalin sebuah hubungan yang berkesinambungan antara semua karyawan. Memahami karakter dan kepribadian setiap karyawan akan memudahkan untuk memberikan motivasi.

Strategi manager dalam meningkatkan kinerja karyawan di perusahaan ini mempunyai peran sangat penting artinya bagi karyawan atau para pemimpin, karena dengan motivasi yang tinggi, maka pekerjaan (tugas) dilakukan dengan bersemangat dan bergairah, sehingga akan dicapai hasil yang optimal yang tentunya akan mendukung tercapainya tujuan yang diinginkan dengan efisien dan efektif. sesuai dengan pernyataan manager sebagai berikut

“Mengenai evaluasi keberhasilan strategi komunikasi bisa kita ukur dengan indikator seperti bertambahnya kedisiplinan karyawan dan peningkatan hasil produksi”.²⁸

Motivasi berkaitan dengan kepuasan dan kinerja, dimana kepuasan dan kinerja hanya dapat ditingkatkan dengan motivasi yang tinggi, kemauan dan kemampuan dalam melakukan tugas yang didukung dengan lingkungan kerja yang nyaman.

Jadi dari semua penjelasan diatas dapat diketahui bahwasannya Strategi manager dapat meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, hal ini ditunjukkan dengan adanya karyawan selalu disiplin, tepat waktu dalam bekerja, aturan-aturan dari pemimpin sangat tegas, di sisi lain bisa dikatakan pemimpin mempunyai sifat yang lemah lembut, santun terhadap karyawannya, mengayomi, mengakrabi terhadap

²⁸ Agustinus, Manajer PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu, wawancara tanggal 14 Februari 2023, di PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit PKS Luwu.

bawahan, tidak pilih kasih semua jabatan di anggap sama, sering menyapa dan rasa kebersamaan menjadi menyatu di lingkungan PT. Perkebunan Nusantara XIV Unit Pabrik Kelapa Sawit Luwu, akhirnya para karyawan menjadi sangat antusias terhadap kinerjanya, kadang merasa sungkan terhadap pimpinannya, karena terlalu baik terhadap bawahannya. Sehingga situasi kerja sangat mendukung dan dapat menghasilkan capaian kinerja yang maju dan pernah mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Pusat menjadi PT. Perkebunan Nusantara terbaik.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut:

komunikasi organisasi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Manajer harus memiliki strategi yang baik dalam berkomunikasi dengan karyawan untuk memastikan bahwa pesan-pesan penting disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.

Selain itu, manajer juga harus memahami bagaimana karyawan mereka menerima informasi dan berkomunikasi secara efektif dengan setiap individu dalam tim kerja mereka. Komunikasi dua arah juga penting, sehingga karyawan merasa didengar dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

B. Saran

Setelah dilakukan penelitian, peneliti memberikan saran serta masukan sebagai berikut:

Dalam skripsi ini, kemungkinan akan dibahas lebih lanjut mengenai strategi komunikasi organisasi yang dapat digunakan oleh manajer untuk meningkatkan kinerja karyawan, seperti penggunaan media sosial, rapat rutin, coaching, mentoring, dan pelatihan. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian

tersebut akan memberikan panduan yang berguna bagi manajer dalam meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi dan meningkatkan kinerja karyawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal Yusuf. *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Edisi 1. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Evaluasi Program Pendidikan*. Edisi 1 Jakarta: Bumi Aksara. 2010.
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Edisi 1 Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Dalma M. Afif, “Manajer: Pengertian, fungsi, tugas, etika, tingkatan dan peran”, 21 Juli 2022 Dosen pintar.com, 16 November 2022.
- Effendy, dan Onong Uchjana. *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Edisi 1. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Ernie Tisnawati Sule., dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Kencana, 2005.
- Husein, Umar. *Riset Sumber Daya manusia Dalam Organisasi*. Edisi 1 Jakarta: Gramedia Pustaka, 1998.
- Kristamuljana Sammy, “Manajer: peran, aktivitas dan predikat”. *Forum Manajemen Prasetya Mulya* 65. No. 1 (30 September 1997)
- Lexy J, Moelong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi 1 Bandung: Remaja Rosdakarya. 2013.
- Mintzberg, Henry. *Mintzberg on Management: Inside Our Strange word of Organizations*. Edisi 1. New York: Free Press, 1989.
- purnomo, “Pengertian komunikasi, komunikasi formal dan jaringan komunikasi”, 27 November 2012, Arifhary purnomo.blogspot.com. 11 November 2022
- R. Wayne Pace., dan Don F. Faules. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Edisi 1 Bandung: PT Remaja Rosda karya, 2006.
- Rahman Abdur, “Pengaruh Strategi Komunikasi Manajer Teknis terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Cakrabuana Consultants”. *Journal.unas.ac.id* 1. No. 1 (6 Oktober 2021)
- Rahmatullah, “Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. BTPN Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa”.

Journal.Unismuh.ac.id 1, no. 1 (23 Mei 2018)

Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Edisi 1 Jakarta: Grasindo, 2011.

Schein, Edgar H. *Organisasi Budaya dan Kepemimpinan*. Edisi 4 Yogyakarta: Raja Grafindo, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Edisi 1 Bandung: Alfabeta, 2012.

Suprpto, Tommy. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Edisi 1 Yogyakarta: CAPS, 2011

Unknown, "Semangat Kerja, Definisi, dan Aspeknya", 6 juni 2009, Jurnal SDM.blogspot.com. 11 November 2022

Yudystira, Juanda "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga karyawan (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia)", *Journal.uin-alauddin.ac.id* 1 no. 1 (November 2018)



L

A

M

P

I

R

A

N



SURAT KETERANGAN

Nomor : PKS/S.KET/III/2023/...²⁹³

Yang Bertanda Tangan dibawah ini Manajer Unit PKS Luwu - PTPN XIV menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Muh. Mahezha M
NIM : 16 0104 0003
Jenis Kelamin : Laki - laki
Fakultas : Ushuluddin Adab Dan dakwah
Program Study : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Semester : XIV (Empat Belas)
Tahun Akademik : 2022/2023

Benar pernah melaksanakan Penelitian di Unit PKS Luwu - PTPN XIV pada hari Selasa Tanggal 21 Maret 2023. Selama Penelitian yang bersangkutan mempunyai konduite **BAIK**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Burau, 24 Maret 2023

PT PERKEBUNAN NUSANTARA XIV
UNIT PKS LUWU


Ir. AGUSTINUS
Pjs. Manajer

Tindasan :

1. Arsip.



RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis Muhammad Mahezha. M., dilahirkan di Desa Lauwo, Kecamatan Burau, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 24 Juni 1998. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Masdar Landawa dan Surianti. Penulis merupakan kebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Penulis menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 107 Lagego, Desa Lauwo, Kecamatan Burau, Kabupaten Luwu Timur, pada tahun 2010. Pada tahun ini juga penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Burau dan tamat pada tahun 2013 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 2 Palopo pada tahun 2013 dan selsai pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi Negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Palopo, Sulawesi Selatan.

Penulis Melaksanakan PPL di Kantor Lurah Pentojangan, Kecamatan Salutete, Kota Palopo. Dan melaksanakan KKN di Kelurahan Balla, Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang tahun 2020.

Selama perkuliahan penulis aktif di beberapa organisasi yakni penulis pernah menjabat sebagai Kepala Bidang Pendidikan di HMI MPO Kota Palopo dan menjadi Ketua Advokasi di Organisasi Himpunan Mahasiswa Luwu Timur (HAM-LUTIM).

Contact person: email. mahezhagenzo@gmail.com

Nomor Hp. 085696719775