

**STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA
MEGATRADING, TBK BENGKULU**

SKRIPSI



Oleh :

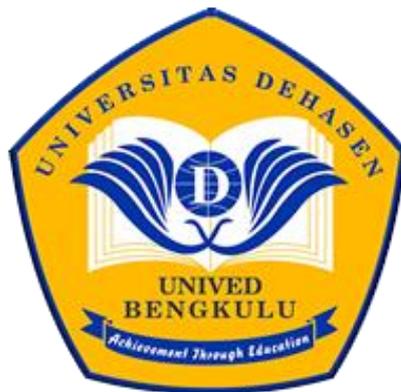
**RESKI HERDIANSYAH
NPM : 21100042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA
MEGATRADING, TBK BENGKULU**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi*



Oleh :

**RESKI HERDIANSYAH
NPM : 21100042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHA SEN
BENGKULU
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA
MEGATRADING, TBK BENGKULU**

SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN

Oleh :

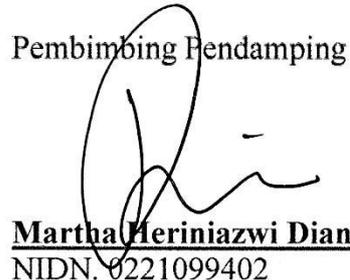
**RESKI HERDIANSYAH
NPM : 21100042**

Telah disetujui untuk dalam Seminar Proposal Skripsi

Pembimbing Utama


Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0205058303

Pembimbing Pendamping


Martha Heriniazwi Dianthi, M.I.Kom
NIDN. 0221099402

Mengetahui
Ketua Program Studi


Sri Narti, M.I.Kom.
NIK. 1703411

STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA MEGATRADING, TBK BENGKULU

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Dehasen Bengkulu

Hari : Sabtu
Tanggal : 24 Mei 2025
Pukul : 10.00 s/d Selesai
Tempat : Laboratorium Komunikasi
Universitas Dehasen Bengkulu

TIM PENGUJI

Ketua : Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0205058303

Anggota : Martha Heriniazwi Dianthi, M.I.Kom.
NIDN. 0221099402

Anggota : Sri Narti, M.I.Kom.
NIDN. 0215128202

Anggota : Anis Endang, SM.M.I.Kom.
NIDN. 0204088503

()
()
()
()

Disahkan Oleh :


Dekan
Dra. Maryaningsih, M.Kom.
NIP. 19690520 199402 2 001


Ketua Program Studi
Sri Narti, M.I.Kom.
NIK. 1703411

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“FORTIS FORTUNA ADIUVAT”

Keberuntungan akan berpihak kepada orang pemberani

PERSEMBAHAN

- *Allah SWT, sebagai wujud rasa Syukur atas kasih sayang dan kemudahan-kemudahan yang selalu diberikan-Nya.*
- *Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak Herlanto dan Ibu Murlia yaitu kedua orang tua saya. Karena doa merekalah membuat saya bisa sampai tahap dimana skripsi ini selesai. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasehat, dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtuaku.*
- *Skripsi ini saya persembahkan untuk kakak saya yaitu adik saya Zifara Alica Azharah dan kakak-kakak sepupu saya Reflan Aditia, Leonardo, Sherli Guwita Can, Selpia, Meilda Anggraini yang telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.*
- *Skripsi ini saya persembahkan untuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Dilmai putra, S. Sn., M.Sn., dan Ibu Martha Heriniazwi Dianthi, M.I.Kom., yang telah mencurahkan semua waktu dan pikirannya dalam membimbing saya hingga selesainya skripsi ini.*
- *Tak lupa saya persembahkan juga untuk Dosen Penguji, Ibu Sri Narti, M.I.Kom., dan Ibu Anis endang, SM.M.I.Kom yang telah mengarahkan saya hingga dapat menyempurnakan skripsi ini.*
- *Skripsi ini saya persembahkan untuk teman terbaikku selama perkuliahan Yanke Mardiansyah dan Neni Susilawati yang telah banyak membantu dan menemani saya dalam suka dan duka.*
- *Skripsi ini saya persembahkan untuk atasan dan rekan-rekan kerja saya terdahulu di PT. Enseval Bengkulu, Bapak Iskandar Zulkarnain, Ibu Endang Sihombing, Bapak Nailus Salam, Bapak Elpaner, Dang Yoyon dan rekan-rekan lai yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Karena kalianlah skripsi ini dapat selesai sesuai dengan waktunya.*
- *Skripsi ini saya persembahkan untuk orang special saya yaitu Serli Aprilia yang setia mendampingi, menjadi penyemangat dan menghibur disaat masa-masa sulit saya.*

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Padang, 24 Oktober 2002. Penulis merupakan putra pertama dari Bapak Herlanto dan Ibu Murlia. Penulis merupakan putra pertama dari dua bersaudara.

Penulis menamatkan Pendidikan Sekolah Negeri 28 Kayu Kuyit-Manna Bengkulu Selatan pada tahun 2014 dan melanjutkan di Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama di SMP Negeri 3 Kayu Kuyit Manna-Bengkulu Selatan dan tamat pada tahun 2018. Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 06 Kayu Kuyit Manna Bengkulu Selatan pada tahun 2021 dengan jurusan IPA. Pada tahun 2021 penulis lulus seleksi masuk Universitas Dehasen Bengkulu dan diterima di jurusan program studi Ilmu Komunikasi dan tamat ditahun 2025.

Praktik Kerja Lapangan penulis laksanakan di PT. Enseval Bengkulu yang merupakan tempat penulis bekerja sebagai staf Gudang.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Strategi Komunikasi Pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna pelaksanaan penelitian yang akan penulis lakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terwujud berkat bantuan arahan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Maryaningsih, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu.
2. Sri Narti M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu.
3. Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini
4. Martha Heriniazwi Dianthi, M.I.Kom., selaku Pembimbing Pendamping yang telah membimbing dan mengarahkan dalam menyelesaikan penelitian.
5. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan selama pengerjaan penelitian ini.

Semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan yang telah bapak, ibu, dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan curahan rahmat dan kasih sayang-Nya,

Penulis menyadari proposal ini masih belum sempurna, baik dari materi, penulisan maupun dari segi penyajian karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk kesempurnaan skripsi ini.

Bengkulu, Mei 2025

Penulis

STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA MEGATRADING, TBK BENGKULU

Reski Herdiansyah, Dilmai Putra, Martha Heriniazwi Dianthi

RINGKASAN

Strategi komunikasi pimpinan merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan motivasi karyawan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran pimpinan dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan interpersonal yang sehat di lingkungan kerja. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu dalam memotivasi karyawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan dalam mendorong semangat dan kinerja karyawan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pimpinan, sekretaris, kepala gudang, dan staf karyawan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini mengacu pada teori komunikasi Harold D. Lasswell, yang menganalisis proses komunikasi melalui lima unsur utama: *Who* (siapa komunikatornya), *Says What* (apa pesannya), *In Which Channel* (saluran komunikasi), *To Whom* (siapa komunikan), dan *With What Effect* (efek komunikasi yang dihasilkan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pimpinan PT. Enseval Bengkulu menerapkan lima strategi komunikasi, yaitu keterbukaan informasi, komunikasi dua arah, pendekatan personal, penghargaan, serta penyampaian visi dan misi secara inspiratif. Strategi ini terbukti meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan kinerja karyawan.

Komunikasi pimpinan yang strategis berkontribusi positif terhadap semangat kerja dan produktivitas. Saran dari penelitian ini adalah agar pimpinan terus mengembangkan komunikasi yang lebih adaptif, responsif, dan partisipatif, serta memanfaatkan teknologi komunikasi secara optimal guna menjangkau seluruh karyawan secara merata.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pimpinan, Motivasi Kerja, Harold Lasswell, Komunikasi Organisasi.

**COMMUNICATION STRATEGIES BY THE LEADERS OF PT. ENSEVAL
PUTRA MEGATRADING, TBK BENGKULU**

Reski Herdiansyah, Dilmai Putra, Martha Heriniazwi Dianthi

ABSTRACT

The strategy of communication by leadership is one of the important factors in creating a conducive work environment and enhancing employee motivation. This research is motivated by the significance of the role of leadership in delivering information and building healthy interpersonal relationships in the workplace. The problem formulation in this study is how the communication strategy of PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu motivates employees. The objective of this research is to describe the communication strategies implemented by company leaders to encourage employee spirit and performance. This research uses a qualitative descriptive approach. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, direct observation, and documentation study. The research informants consisted of leaders, secretaries, warehouse heads, and staff employees. Data analysis used the interactive model by Miles and Huberman, through stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This study refers to Harold D. Lasswell's communication theory, which analyzes the communication process through five main elements: Who (who is the communicator), Says What (what is the message), In Which Channel (communication channel), To Whom (who is the communicator), and With What Effect (the effect of communication produced). The results of the study indicate that the leaders of PT. Enseval Bengkulu implement five communication strategies, namely information openness, two-way communication, personal approach, appreciation, and inspirational delivery of vision and mission. These strategies have proven to enhance employee motivation, engagement, and performance. Strategic leadership communication contributes positively to work spirit and productivity. The recommendation from this study is for leaders to continue developing more adaptive, responsive, and participatory communication, as well as to optimally utilize communication technology to reach all employees evenly.

Keywords: Communication Strategy, Leadership Communication, Work Motivation, Harold Lasswell, Organizational Communication.



**COMMUNICATION STRATEGIES BY THE LEADERS OF PT. ENSEVAL
PUTRA MEGATRADING, TBK BENGKULU**

Reski Herdiansyah, Dilmai Putra, Martha Heriniazwi Dianthi

ABSTRACT

The strategy of communication by leadership is one of the important factors in creating a conducive work environment and enhancing employee motivation. This research is motivated by the significance of the role of leadership in delivering information and building healthy interpersonal relationships in the workplace. The problem formulation in this study is how the communication strategy of PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu motivates employees. The objective of this research is to describe the communication strategies implemented by company leaders to encourage employee spirit and performance. This research uses a qualitative descriptive approach. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, direct observation, and documentation study. The research informants consisted of leaders, secretaries, warehouse heads, and staff employees. Data analysis used the interactive model by Miles and Huberman, through stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This study refers to Harold D. Lasswell's communication theory, which analyzes the communication process through five main elements: Who (who is the communicator), Says What (what is the message), In Which Channel (communication channel), To Whom (who is the communicator), and With What Effect (the effect of communication produced). The results of the study indicate that the leaders of PT. Enseval Bengkulu implement five communication strategies, namely information openness, two-way communication, personal approach, appreciation, and inspirational delivery of vision and mission. These strategies have proven to enhance employee motivation, engagement, and performance. Strategic leadership communication contributes positively to work spirit and productivity. The recommendation from this study is for leaders to continue developing more adaptive, responsive, and participatory communication, as well as to optimally utilize communication technology to reach all employees evenly.

Keywords: Communication Strategy, Leadership Communication, Work Motivation, Harold Lasswell, Organizational Communication.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Komunikasi Organisasi	7
2.3 Strategi Komunikasi.....	9
2.4 Strategi Komunikasi Harold Lasswell.....	14
2.5 Peranan Komunikasi	16
2.6 Peranan Komunikasi Pimpinan	16
2.7 Pimpinan.....	17
2.8 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Informan Penelitian	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4 Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	26
4.1 Profil Perusahaan.....	26
4.2 Visi, Misi dan Nilai Inti PT. Enseval	27
4.3 Struktur Perusahaan.....	28
4.4 Logo Perusahaan	28

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
5.1 Informan Penelitian	29
5.2 Hasil Penelitian	29
5.2.1 <i>Who</i> (Siapa Komunikatorinya)	30
5.2.2 <i>Says What</i> (Apa pesannya)	37
5.2.3 <i>In Which Channel</i> (Media Yang Digunakan).....	39
5.2.4 <i>To Whom</i> (Siapa Komunikannya)	42
5.2.5 <i>With What Effect</i> (Efek Apa Yang Diinginkan)	44
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB VI PENUTUP	50
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Enseval.....	28
Gambar 3.2 Logo Perusahaan PT. Enseval	28
Gambar 5.1 <i>Briefing</i> yang diselenggarakan setiap pagi melibatkan seluruh karyawan	31
Gambar 5.2 Penyerahan Reward Bagi Karyawan Berprestasi	35
Gambar 5.3 Contoh Informasi Cuti Libur Lebaran yang ditempel dipapan pengumuman dan grup WA.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penetapan Dosen Pembimbing
2. Surat izin penelitian dari Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu
3. Surat Keterangan Penelitian
4. Panduan Wawancara
5. Catatan Bimbingan Skripsi
6. Dokumentasi kegiatan
7. Surat Keterangan Bebas Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepemimpinan yang efektif dalam sebuah organisasi sangat bergantung pada kemampuan seorang pemimpin dalam berkomunikasi. Menurut Robbins dan Judge dalam Bilqis, (2024) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif mampu menciptakan suasana kerja yang positif, mendorong keterbukaan, dan meningkatkan rasa kepercayaan antara pimpinan dan karyawan. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi bukan hanya alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sarana untuk membangun motivasi dan komitmen karyawan. Ketika seorang pemimpin mampu menerapkan strategi komunikasi yang tepat, karyawan akan merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk bekerja lebih giat demi mencapai tujuan organisasi.

Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan di perusahaan memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara pemimpin dan karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Ambara(2023) menunjukkan bahwa strategi komunikasi pimpinan yang terbuka, jujur, dan penuh penghargaan dapat mendorong karyawan untuk lebih terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi. Ahmad Yani (2023) juga menambahkan bahwa komunikasi personal yang dilakukan oleh pimpinan dapat meningkatkan inisiatif dan tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaan. Komunikasi yang efektif bukan hanya memengaruhi hubungan kerja, tetapi juga berdampak signifikan pada motivasi dan kinerja karyawan.

Banyak perusahaan besar mengedepankan strategi komunikasi yang efektif sebagai cara untuk mendorong semangat kerja serta meningkatkan kinerja karyawan. PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk merupakan salah satu perusahaan distribusi farmasi terbesar di Indonesia yang memiliki 48 cabang, termasuk di Bengkulu. Perusahaan ini bergerak dalam distribusi produk farmasi seperti Kalbe Farma, Hexpharm Jaya, Interbat, dan berbagai produk kesehatan lainnya. Untuk memastikan kualitas layanan tetap terjaga, PT. Enseval membutuhkan karyawan yang produktif dan berkomitmen tinggi, sehingga strategi komunikasi pimpinan memainkan peran vital dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung.

PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu merupakan salah satu cabang dengan jumlah karyawan sekitar 50 orang yang tersebar dalam berbagai divisi. Sebagai distributor utama, PT. Enseval Bengkulu menghadapi tantangan dalam memastikan pesan dan strategi perusahaan dapat tersampaikan dengan baik kepada seluruh karyawan. Keberagaman karakter dan kebutuhan komunikasi dalam tim ini menjadi faktor penting yang memerlukan strategi komunikasi pimpinan yang efektif.



Gambar 1.1 Logo PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan pada tanggal 21 Desember 2024, peneliti mengamati secara umum motivasi karyawan di PT. Enseval

Bengkulu dipengaruhi oleh bagaimana pimpinan menyampaikan pesan-pesan perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Endang selaku sekretaris dan 2 karyawan dari bagian gudang di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu diperoleh hasil sementara bahwa strategi komunikasi pimpinan di perusahaan ini meliputi komunikasi satu arah maupun dua arah. Pemanfaatan media komunikasi menjadi salah satu faktor pendorong komunikasi pimpinan di perusahaan ini.

Penerapan komunikasi yang dilakukan pimpinan PT. Enseval Bengkulu sejalan dengan pendapat Wibowo dalam Oktora, (2023) yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif harus mencakup elemen keterbukaan, kejelasan, dan konsistensi. Elemen-elemen ini sangat penting dalam membangun lingkungan kerja yang kondusif dan mendukung motivasi karyawan. Penelitian oleh Herdajanto et al. (2022) juga menunjukkan bahwa komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pimpinan bukan hanya alat penyampaian informasi, tetapi juga kunci untuk membangun kepercayaan dan kerja sama di antara karyawan.

Siagian dalam Widyawati, (2021) menegaskan bahwa dalam organisasi besar, komunikasi yang efektif dari pimpinan kepada karyawan sangat penting untuk menjaga aliran informasi yang jelas dan mendorong kerja sama antar divisi. Di PT. Enseval Bengkulu, hal ini relevan karena strategi komunikasi yang baik dapat membantu menciptakan motivasi tinggi di kalangan karyawan. Ketika karyawan merasa didukung dan dilibatkan dalam pencapaian tujuan perusahaan, mereka cenderung memberikan kinerja terbaiknya.

Latar belakang tersebut di atas menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian terkait peran strategi komunikasi pimpinan dalam memotivasi karyawan dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu dalam Memotivasi Karyawan”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu dalam memotivasi karyawan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pimpinan PT Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu dalam memotivasi karyawan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai dasar pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya strategi komunikasi dalam memotivasi karyawan, dan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu

Diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi manajemen perusahaan untuk mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih baik antara pimpinan dan karyawan

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi bahan literatur dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya strategi komunikasi pimpinan yang baik dalam lingkungan kerja untuk meningkatkan motivasi karyawan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sugiyono, (2020) menyatakan bahwa penelitian terdahulu adalah penelitian yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan peneliti untuk mendapat gambaran tentang permasalahan, metode dan hasil dari penelitian sebelumnya. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian terdahulu yang peneliti kaji adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

N O	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Ahmad Yani,	2023	Pengaruh Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kelurahan Rabadompu Timur	Kuantitatif dengan analisis korelasi	Komunikasi Antar Pribadi	Frekuensi tatap muka, efektifitas pesan dan komunikasi personal dapat meningkatkan kedisiplinan, inisiatif dan motivasi kerja pegawai	Tema penelitian tentang strategi komunikasi	Metode penelitian yang digunakan subyek penelitian dimana yang diteliti adalah pegawai pemerintahan
2	Hardi yanto,	2023	Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan)	Deskriptif Kualitatif	Strategi Komunikasi	Strategi komunikasi organisasi dalam Meningkatkan motivasi kerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan) sudah berjalan dengan baik	Tema dan metode penelitian yang digunakan sama.	metode penelitian yang digunakan

N O	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
3	Effendi	2023	Pengaruh Strategi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Cabang Purwokerto	Kuantitatif dengan analisis regresi	Komunikasi Interpersonal	Artinya komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Motivasi sebaliknya tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.	Sama-sama meneliti strategi komunikasi pimpinan dalam meningkatkan motivasi.	Metode penelitian yang digunakan

2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah aktifitas yang mencakup proses mengirim dan menerima pesan di dalam lingkungan formal maupun informal. Semakin besar dan kompleks suatu organisasi, semakin rumit pula proses komunikasinya (Wiryanto dalam Lumbantoruan, 2024). Sebaliknya, dalam organisasi kecil yang hanya terdiri dari beberapa anggota, komunikasi cenderung lebih sederhana.

Komunikasi organisasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu formal dan informal. Komunikasi formal merupakan komunikasi yang secara resmi diakui oleh organisasi dan berorientasi pada kepentingan organisasi. Sementara itu, komunikasi informal lebih bersifat sosial, berfokus pada hubungan antarindividu daripada kepentingan organisasi secara keseluruhan (Wiryanto dalam Lumbantoruan, 2024).

Berdasarkan berbagai definisi, komunikasi organisasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi dalam organisasi berlangsung dalam sistem yang terbuka dan dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

2. Komunikasi organisasi mencakup pesan, tujuan, alur komunikasi, serta media yang digunakan.
3. Komunikasi organisasi melibatkan individu yang memiliki keterampilan, hubungan, serta perasaan yang selaras.

Conrad (dalam Irvan Riyadi, Ade Chandra, (2022) mengidentifikasi tiga fungsi utama komunikasi dalam organisasi, yaitu:

- a. Fungsi perintah, dimana setiap anggota organisasi memiliki hak dan tanggung jawab untuk mendiskusikan, menerima, menafsirkan, serta melaksanakan instruksi yang diberikan. Fungsi ini bertujuan untuk menciptakan koordinasi yang efektif di antara anggota yang saling bergantung dalam organisasi.
- b. Fungsi relasional, dimana komunikasi memungkinkan anggota organisasi untuk membangun dan menjaga hubungan kerja yang produktif serta menjalin interaksi personal dengan rekan kerja lainnya.
- c. Fungsi manajemen, ambiguitas dimana dalam situasi di mana tujuan organisasi kurang jelas atau ketika konteks menuntut adanya keputusan yang tidak pasti, komunikasi berperan sebagai alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakpastian yang ada dalam organisasi (Irvan Riyadi, Ade Chandra, 2022)

Komunikasi organisasi memiliki dimensi yang terbagi menjadi dua dimensi yaitu :

- a. Komunikasi Internal

Komunikasi internal dalam suatu organisasi merupakan proses penyampaian pesan antara anggota organisasi yang bertujuan untuk kepentingan organisasi, seperti interaksi antara pemimpin dan bawahan, serta lainnya. Proses

komunikasi ini dapat berbentuk komunikasi antar individu maupun kelompok. Komunikasi internal ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal adalah komunikasi dari atas ke bawah dan sebaliknya atau komunikasi dari pimpinan ke bawahan dan sebaliknya. Sedangkan komunikasi horizontal adalah komunikasi antar karyawan (Irvan Riyadi, Ade Chandra, 2022).

b. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal organisasi merupakan interaksi antara pemimpin organisasi dan pihak di luar organisasi. Dalam komunikasi ini, peran utama lebih sering dijalankan oleh kepala humas dibandingkan langsung oleh pimpinan. Pemimpin biasanya hanya terlibat dalam komunikasi untuk hal-hal yang dianggap sangat penting (Irvan Riyadi, Ade Chandra, 2022).

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi adalah rencana atau alat untuk mencapai tujuan tertentu. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti pemimpin tentara. Menurut Marrus dalam Faradillah et al., (2022), strategi adalah proses menentukan rencana oleh pemimpin untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, termasuk cara mencapainya. Quinn dalam Usman et al., (2022) menambahkan bahwa strategi menyatukan tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi menjadi satu kesatuan yang terintegrasi.

Strategi yang efektif dirancang berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Menurut Ohmae dalam Faradillah et al., (2022), strategi bisnis bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif agar perusahaan dapat bersaing secara

efisien. Strategi yang baik membantu organisasi mengurangi biaya, meningkatkan kualitas, dan memperluas pasar sambil memanfaatkan kompetensi inti.

Goldworthy dan Ashley dalam Santoso et al., (2020) merumuskan tujuh aturan dalam strategi: fokus pada masa depan, penentuan rencana, keunggulan kompetitif, penerapan dari atas ke bawah, orientasi eksternal, fleksibilitas, dan hasil jangka panjang. Strategi juga harus mudah dipahami dan diperbarui oleh seluruh organisasi.

Strategi sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi karena memberikan panduan tindakan dan cara mencapainya. Menurut Grant dalam Lande et al., (2022) , strategi memiliki tiga peran utama:

1. Sebagai Pendukung Keputusan

Strategi membantu menciptakan kesatuan dalam pengambilan keputusan, baik oleh individu maupun organisasi, untuk mencapai keberhasilan.

2. Sebagai Sarana Koordinasi dan Komunikasi

Strategi memastikan semua bagian organisasi bergerak dalam arah yang sama, sehingga memudahkan koordinasi dan komunikasi.

3. Sebagai Target

Strategi, bersama dengan visi dan misi, menetapkan tujuan yang jelas untuk masa depan. Ini tidak hanya memberikan arah tetapi juga membangun aspirasi perusahaan.

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi harus mampu memberikan taktik operasional, bukan sekedar jalur yang memberikan arahan (Onong Uchana dalam Darmawan et al., 2022) . Membuat strategi memerlukan

tujuan yang jelas dan harus dilaksanakan melalui perencanaan yang matang. Onong Uchjana dalam Darmawan et al., (2022) mengungkapkan strategi komunikasi mempunyai dua fungsi, yaitu :

1. Penyebaran pesan-pesan komunikasi informatif, persuasif, dan edukatif secara sistematis dengan tujuan mencapai hasil yang optimal.
2. Menjembatani kesenjangan budaya yang disebabkan oleh kemudahan memperoleh dan mengoperasikan media massa yang begitu kuat, namun jika hal ini dibiarkan maka nilai-nilai budaya akan hancur

Pentingnya strategi komunikasi tidak dapat dipungkiri karena proses komunikasi memerlukan strategi agar komunikasi dapat efektif. Tanpa strategi maka akan terjadi kegagalan komunikasi dan gangguan proses sehingga diperlukan strategi untuk meminimalisir hal tersebut.

Untuk menyusun strategi komunikasi yang baik Anwar dalam (Milenia et al., 2021) menyusun beberapa langkah rencana sebagai berikut :

1. Mengenal Khalayak

Ini merupakan langkah awal seorang komunikator dalam berkomunikasi secara efektif.

2. Menyusun pesan

Untuk membuat pesan yang dapat menarik perhatian audiens, perlu dirancang tema dan materi yang terfokus pada observasi.

3. Menentukan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek berikut :

- a. Menurut cara pelaksanaannya, hanya komunikasi yang dianggap dari segi pelaksanaannya, sehingga membebaskan perhatian dari bentuk isi pesan dari .
- b. Tergantung pada format konten yaitu pertimbangan komunikasi mengenai pernyataan atau bentuk pesan serta makna yang terkandung di dalamnya.

Tergantung pada metode implementasinya, metode komunikasi diimplementasikan dalam format berikut:

1. Metode *redundancy*, atau metode mempengaruhi audiens dengan mengulangi pesan . Pesan yang berulang menarik perhatian, dan dapat mengingatkan pemirsa akan pesan yang berulang. Komunikator dapat memberikan kesempatan kepada untuk memperbaiki kesalahan apa pun pada pengiriman sebelumnya.
2. Metode *Canalizing*, yaitu komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak dan mulai menyampaikan gagasan sesuai dengan kepribadian, sikap, dan motivasi khalayak.

Onong Uchjana, dalam Darmawan et al., (2022) menyatakan bahwa menurut bentuk isi, metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk berikut:

1. Metode informatif.

Dalam dunia periklanan dan komunikasi massa dikenal dengan bentuk pesan informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan memberikan informasi. Informasi berarti mengkomunikasikan sesuatu sebagaimana adanya, berdasarkan fakta, data, dan pendapat yang benar.

2. Metode Edukatif

Suatu metode pengajaran yang tampak dalam bentuk pesan-pesan yang memuat pendapat, fakta, dan pengalaman yang benar dan dapat dipahami.

Pendistribusian konten berita diselenggarakan dan direncanakan secara berkala dengan tujuan mengubah perilaku khalayak

3. Metode koersif, atau metode mempengaruhi khalayak melalui paksaan.

Dalam hal ini penonton dipaksa untuk menerima ide atau konsep tersebut. Oleh karena itu, pesan komunikasi ini tidak hanya berisi opini, tetapi juga ancaman.

4. Metode persuasi

Persuasi merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi lawan bicara dengan tidak berpikir terlalu kritis, meskipun secara tidak sadar Anda terpengaruh.

R. Wayne Pace, Brand D Peterson, dan M. Dallas Burnet dalam Siregar & Djuwita, (2021) menyatakan strategi komunikasi memiliki 3 tujuan sebagai berikut :

1. *To Secure Understanding*, yaitu untuk memastikan pemahaman dalam komunikasi.
2. *To Establish Acceptance*, yaitu bagaimana terus memajukan penerimaan secara tepat.
3. *To Motivate Action* yaitu suatu kegiatan yang memotivasi atau memotivasi perilaku. Oleh karena itu, strategi komunikasi Ali Liliweli selalu berkaitan dengan: siapa yang berbicara, apa maksudnya, pesan apa yang harus mereka sampaikan kepada seseorang dan bagaimana cara mereka menyampaikan pesannya kepada seseorang.

Dalam proses komunikasi ada beberapa unsur yang harus dipenuhi: komunikator sebagai pemberi pesan atau informasi, komunikator sebagai penerima pesan, dan media komunikasi. Setelah terjadi percakapan, diberikan feedback berupa balasan dari penerima pesan kepada pengirim pesan. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang ke orang lain dengan tujuan menyampaikan informasi, menyatakan pendapat, atau mengubah tingkah laku atau sikap secara langsung maupun tidak langsung. Empat komponen inti adalah sumber, penerima pesan, dan saluran.

Elemen kunci komunikasi yang efektif adalah komunikator. Sebelum melakukan proses komunikasi, komunikator terlebih dahulu harus melakukan persiapan seperti mengetahui dan mengorganisasikan audiens. Tentu saja, tidak setiap komunikasi yang dimulai memberikan kesempatan untuk mensurvei audiens. Dalam hal ini, komunikator harus mampu membayangkan atau mempunyai gambaran kasar seperti apa audiensnya (Sari et al., 2023). Indikator terpenting seorang komunikator adalah kredibilitas dalam hal kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang disebutkan di sini didasarkan pada aspek ilmiah dan terkait pengetahuan serta sesuai dengan konten yang ingin disampaikan. Seorang komunikator yang handal harus memiliki beberapa ciri, antara lain energi tinggi dan toleransi terhadap tekanan, percaya diri, pengendalian, disiplin internal, kegagalan dan kematangan emosi, integritas pribadi, motivasi kekuasaan, dan orientasi kesuksesan (Sari et al., 2023)

2.4 Strategi Komunikasi Harold Lasswell

Harold Lasswell dalam Mardhiah et al., (2020), menyatakan bahwa komponen dan indikator strategi komunikasi meliputi:

1. *Who* (siapa komunikatornya)

Indikator yang terkait dengan unsur strategi komunikasi ini antara lain percaya diri, dapat diandalkan, jujur, tulus, disiplin, keinginan kuat, selalu reflektif, penuh perhitungan logis dan rasional.

2. *Says what* (apa pesannya)

Indikator yang berkaitan dengan unsur strategi komunikasi ini antara lain adalah sumber informasi yang benar, autentik, wajar, terukur, banyak, sah, terpercaya, cepat dan jelas, yaitu: Selalu menjadi sumber pengayaan informasi bagi berita-berita lainnya.

3. *In which channel* (media yang digunakan)

Indikator yang terkait dengan komponen strategi komunikasi ini meliputi media elektronik, cetak, grafik bergambar, infografis, gambar diam, video, audio dan audiovisual

4. *To whom* (siapa komunikannya)

Indikator yang terkait dengan elemen strategi komunikasi ini antara lain adalah individu, kelompok terbatas, komunitas yang lebih besar, tujuan yang bertentangan, teman dengan tujuan, anggota baru, non anggota organisasi, anggota lama, dan orang-orang yang perlu melapor dan sebagainya.

5. *With what effect* (Mengharapkan efek apa)

Banyak unsur dalam strategi komunikasi ini antara lain pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam memahami pesan, membangun saling

pengertian, menciptakan perbedaan persepsi, keinginan untuk memberikan arahan terhadap pesan, dan memahami maksud penyampaian pesan. Menambah persepsi baru yang sesuai, menambah persepsi baru yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, bertujuan mencapai tujuan bersama dengan pesan yang sama, dan bertujuan mencapai tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda.

2.5 Peranan Komunikasi

Menurut Thoha dalam Salaputa, (2023) peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dengan kedudukan atau status tertentu. Peran itu sendiri adalah peranan individu, yaitu bagaimana individu menjalankan fungsinya sebagai makhluk sosial dalam hubungannya dengan individu lain atau dalam kehidupannya antara atasan dan bawahan. Peran kelompok adalah dua orang atau lebih yang bekerja sama berperan dalam memberikan harapan kepada orang lain. Widjaja, dalam Vardhani & Tyas, (2020) menyatakan peran komunikasi antara lain adalah:

1. Komunikasi adalah alat organisasi yang memungkinkan seluruh kegiatan organisasi terorganisir (menyatu) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi adalah alat untuk mengubah perilaku anggota suatu organisasi.
3. Komunikasi merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada seluruh anggota suatu organisasi.

2.6 Peranan Komunikasi Pimpinan

Pimpinan yang hebat umumnya memiliki keterampilan komunikasi yang efektif, yang memungkinkan mereka melibatkan lebih banyak atau lebih sedikit orang yang dipimpinnya. Peran komunikasi seorang pemimpin harus mampu

memperkuat organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Moedjono, dalam Agustin, (2025) menyatakan bahwa peran komunikasi kepemimpinan meliputi:

1. Seorang pemimpin berkomunikasi dapat melibatkan anggota organisasi dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini, pemimpin sepenuhnya berbagi informasi dengan bawahan dan menciptakan suasana di mana anggota berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan dan implementasi hasilnya.
2. Pemimpin berperan sebagai saluran komunikasi untuk melibatkan anggota dalam kegiatan organisasi.
3. Manajer bertanggung jawab memfasilitasi koordinasi internal organisasi dan mencapai kolaborasi yang baik.
4. Manajer harus mempunyai keahlian dalam komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang disampaikan melalui tulisan dan bahasa tubuh.
5. Dalam berkomunikasi, manajer harus selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada karyawannya untuk mencapai tujuan bersama

2.7 Pimpinan

Pimpinan adalah orang yang mempunyai keterampilan dan kekuatan dalam bidang tertentu serta dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan kegiatan tertentu secara bersama-sama untuk mencapai satu atau lebih tujuan (Rivai et.al dalam Apandi, (2020). Fairchild dalam Shabrina, (2023) menyatakan bahwa pemimpin dalam arti luas diartikan sebagai pemimpin yang memulai tindakan sosial, dengan mengatur, memamerkan, mengorganisir, atau mengendalikan upaya dan upaya orang lain, atau dengan mencapai prestise.

Menurut Rivai et al., dalam Apandi, (2020). pemimpin memiliki beberapa kriteria sebagai berikut :

a. Pengaruh

Seorang pemimpin adalah seseorang yang memiliki orang-orang yang mendukungnya dan membantunya membesarkan namanya. Pengaruh ini menyebabkan pemimpin mengikuti dan orang lain tunduk pada perkataan pemimpin.

b. Kekuasaan

Pemimpin pada umumnya diikuti oleh orang lain karena mempunyai kekuasaan/wewenang untuk membuat orang lain menghormatinya. Tentu saja, jika pemimpin tidak mempunyai kekuasaan atau kekuatan, tidak akan ada seorang pun yang mau menjadi pendukungnya. Kekuasaan yang dimiliki seorang pemimpin berarti orang lain bergantung pada kekuasaan yang dimiliki pemimpin tersebut dan tidak dapat berbuat apa-apa tanpa kekuasaan tersebut.

c. Wewenang

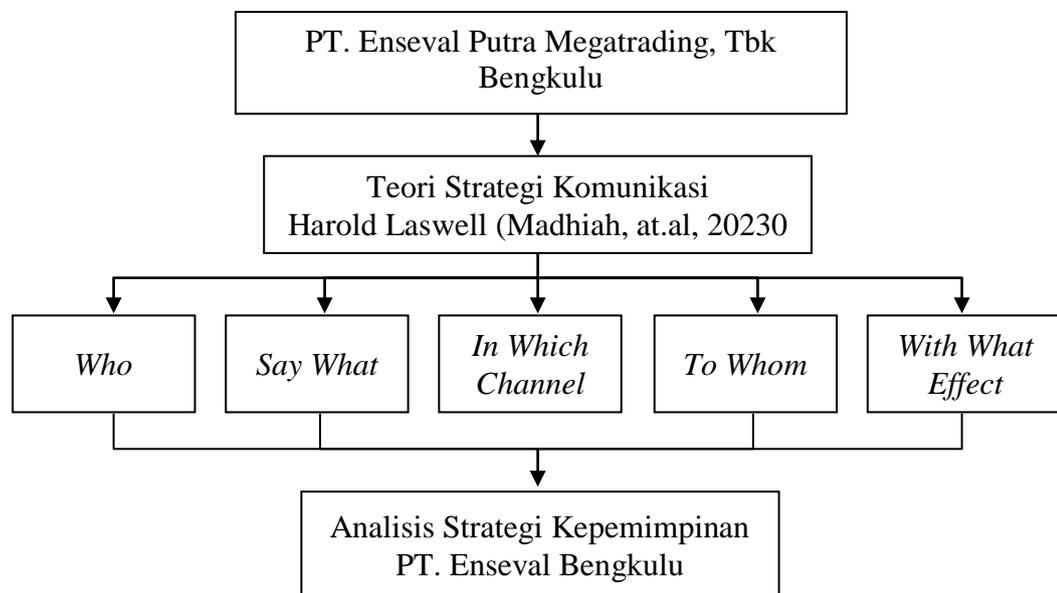
Wewenang di sini diartikan sebagai hak yang diberikan kepada seorang manajer untuk mengambil keputusan dalam pelaksanaan suatu permasalahan atau kebijakan. Apabila atasan merasa puas bahwa bawahan dapat berhasil melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, maka atasan juga dapat mendelegasikan wewenang kepada bawahan, sehingga memungkinkan bawahan untuk melaksanakan wewenang tersebut tanpa memerlukan campur tangan atasan.

d. Pengikut

Sekalipun seorang pemimpin mempunyai pengaruh, kekuasaan, dan wewenang, ia tidak dapat disebut pemimpin kecuali ia mempunyai pengikut yang mendukung

dan mengikuti perkataannya. Jika tidak ada pengikut maka tidak ada pemimpin. Pemimpin dan pengikut tidak dapat dipisahkan dan tidak dapat hidup sendiri-sendiri. Pemimpin memiliki pemahaman yang terbatas, namun mereka membimbing dengan kekuatan persuasi dan penerimaan spontan oleh para pengikutnya. Pemimpin perlu menjadi teladan dan sumber refleksi bagi orang yang dipimpinya.

2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara komunikasi pimpinan dengan motivasi karyawan berdasarkan teori komunikasi Harold Lasswell, yang terdiri dari lima elemen utama: *who* (siapa yang mengirim pesan), *say what* (apa yang disampaikan), *in which channel* (melalui saluran apa), *to whom* (kepada siapa pesan ditujukan), dan *with what effect* (dengan efek apa pesan itu diterima).

Dalam konteks PT. Enseval Bengkulu, pimpinan sebagai pengirim pesan (*who*) memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi terkait visi, misi, dan strategi perusahaan. Isi pesan (*say what*) yang disampaikan, baik berupa instruksi kerja, kebijakan, maupun motivasi, sangat berpengaruh terhadap pemahaman dan semangat kerja karyawan. Saluran komunikasi (*in which channel*) yang digunakan, seperti rapat, *email*, atau komunikasi langsung, menentukan efektivitas penyampaian pesan dan penerimaan oleh karyawan (*to whom*). Dampak komunikasi tersebut (*with what effect*) diharapkan dapat meningkatkan motivasi kerja dan produktivitas karyawan.

Teori komunikasi Harold Lasswell dipilih karena kemampuannya menjelaskan proses komunikasi dalam organisasi secara sistematis dengan memisahkan elemen-elemen utama yang berperan. Model ini memungkinkan analisis mendalam mengenai bagaimana pesan dikemas, disampaikan, diterima, serta bagaimana komunikasi pimpinan dapat mempengaruhi motivasi dan kinerja karyawan. Selain itu, teori ini memberikan kerangka sederhana namun efektif untuk mengidentifikasi kendala komunikasi dan menyusun strategi komunikasi yang lebih baik. Dengan pendekatan yang jelas dan terstruktur, teori Lasswell menjadi dasar analisis dalam penelitian ini untuk memahami peran komunikasi pimpinan PT. Enseval Bengkulu dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan mendeskripsikan fenomena dalam bentuk kata-kata atau narasi, bukan angka, untuk memahami perasaan, motivasi, dan perilaku individu (Sugiyono, 2020). Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai komunikasi organisasi di PT. Enseval Bengkulu.

Penelitian ini mengumpulkan data berupa kata-kata dan gambar dari berbagai sumber, seperti wawancara, catatan lapangan, foto, video, dan dokumen pribadi, yang memberikan gambaran tentang fenomena yang diteliti. Peneliti juga menggunakan penelitian lapangan untuk memahami realitas subjek dalam melakukan perannya sebagai pemimpin dalam berkomunikasi.

3.2 Informan Penelitian

Sugiyono (2018) mendefinisikan informan dalam penelitian kualitatif merujuk pada individu yang menyediakan informasi terkait dengan situasi dan keadaan yang melatar belakangi penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah orang yang terkait langsung dengan strategi komunikasi yang diterapkan pimpinan PT. Enseval.

Berdasarkan hal tersebut maka pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana informan dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan penelitian adalah :

1. Pimpinan PT. Enseval Bengkulu yang menjalankan strategi komunikasi pimpinan.
2. Sekretaris PT. Enseval Bengkulu.
3. Kepala Gudang PT. Enseval Bengkulu
4. Karyawan PT. Enseval Bengkulu.

Berdasarkan kriteria tersebut maka, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah :

1. Bapak Iskandar Zulkarnain Sebagai Area Branch Manager (ABM) Bengkulu.
2. Ibu Endang Sihombing yang menjabat sebagai sekretaris PT. Enseval Bengkulu.
3. Bapak Elfaner Iase sebagai Kepala Gudang PT. Enseval Bengkulu.
4. Sdr. Yoyon Haryanto sebagai karyawan/staf gudang PT. Enseval Bengkulu.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan langsung terhadap perilaku dan kegiatan subjek penelitian. Peneliti menggunakan observasi partisipan, yang berarti ikut terlibat dalam beberapa kegiatan informan untuk memahami fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini proses observasi dilakukan dalam rangka mengamati komunikasi yang dilakukan oleh ABM PT. Enseval Bengkulu kepada bawahannya, juga sebaliknya baik itu komunikasi yang bersifat verbal maupun tulisan.

2. Wawancara

Dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan untuk menggali informasi lebih mendalam. Wawancara ini bertujuan mendapatkan jawaban terbuka mengenai pendapat dan ide informan. (Sugiyono, 2020).

Untuk proses wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara, namun dalam pelaksanaannya pertanyaan dapat berkembang dalam rangka menggali lebih dalam data yang dibutuhkan.

3. Studi Dokumentasi

Salah satu teknik pengumpulan data yang dapat melengkapi metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif adalah studi dokumen. Selain itu, studi dokumen juga berperan dalam memperkuat temuan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi (Sugiyono, 2020)..

Dalam penelitian ini yang dilakukan adalah mengumpulkan bukti dokumentasi terkait penelitian, seperti buku, jurnal, dan tangkapan layar pesan melalui media sosial, *email* informan.

3.4 Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis model Miles dan Huberman. Proses analisis dimulai dengan mengkaji seluruh data yang diperoleh, termasuk wawancara, observasi, dan dokumen.

1. Reduksi Data

Merangkum dan memilih data penting yang relevan dengan tema penelitian. Proses ini menyaring data yang tidak diperlukan dan fokus pada informasi yang mendukung tujuan penelitian.

2. Display Data

Menyajikan data dalam bentuk narasi, grafik, atau diagram yang memudahkan pemahaman.

3. Verifikasi

Proses penarikan kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Kesimpulan ini dapat berubah seiring dengan ditemukannya informasi baru yang lebih kuat, yang dapat memperkuat atau mengubah kesimpulan sebelumnya.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Profil Perusahaan

PT Enseval Putera Megatrading merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distribusi, logistik, penjualan, dan pemasaran produk farmasi. Perusahaan ini terbentuk dengan tujuan untuk pemisahan fungsi distribusi dari fungsi pemasaran dan produksi PT Kalbe Farma Tbk, oleh karena itu pada Oktober 1973 berdirilah PT Enseval yang berfokus untuk mengelola fungsi distribusi. Seiring dengan berkembangnya perekonomian di Indonesia, PT Enseval memperoleh kesempatan untuk melakukan diversifikasi ke berbagai usaha diluar bidang usaha perdagangan dan distribusi. Pada tahun 1993, manajemen memutuskan untuk kembali ke bidang usaha inti. Dengan demikian, semua kegiatan usaha perdagangan dan distribusi dipindahkan ke PT Arya Gupta Cempaka yang telah berdiri sejak tahun 1988 dan pada 6 Agustus 1993 berganti nama menjadi PT Enseval Putera Megatrading.

Kegiatan PT Enseval Putera Megatrading berfokus pada jasa distribusi dan perdagangan yang terdiri dari 4 divisi, antara lain :

- a) Divisi penjualan dan distribusi produk farmasi;
- b) Divisi penjualan dan distribusi produk barang konsumsi, obat bebas, dan nutrisi;
- c) Divisi pemasaran dan distribusi produk peralatan dan perlengkapan kesehatan;
- d) Divisi pemasaran dan penjualan produk kimia bahan baku industri farmasi, kosmetik, makanan, dan kesehatan hewan.

Pada saat ini, perseroan dan entitas anak memiliki 76 cabang yang tersebar dari Banda Aceh sampai dengan Jayapura. Perseroan juga didukung dengan

infrastruktur yang sangat memadai untuk menunjang kelancaran operasional logistik yaitu dua *Regional Distribution Center* berupa fasilitas gedung besar yang berada di Jakarta dan Surabaya. Masing-masing cabang memiliki gudang dan armada pengiriman serta personil lengkap yang bertujuan untuk mendukung kegiatan operasional dan keperluan pihak pemasok (*Principal*) dan pelanggan (*Outlet*). Sampai dengan tahun 2020, Perseroan memiliki tujuh (7) Entitas Anak perusahaan , antara lain :

1. PT Tri Sapta Jaya
2. PT Millenia Dharma Insani
3. PT Enseval Medika Prima
4. PT Global Chemindo Megatrading
5. PT Renalmed Tiara Utama
6. PT Medika Renal Citraprima
7. PT Emos Global Digital

Untuk di Propinsi Bengkulu, PT. Enseval berstatus sebagai cabang dan mulai beroperasi pada tahun 2010. Cabang PT. Enseval Bengkulu merupakan cabang tipe D. Sama halnya dengan cabang lainnya, di Bengkulu PT. Enseval melakukan kegiatan distribusi, logistik, penjualan, dan pemasaran produk farmasi untuk kebutuhan rumah sakit, dokter, apotik dan klinik-klinik. Adapun merk dagang yang didistribusikan meliputi produk merk Kalbe Farma, Bintang Toejoeh dan lain-lainnya. Di Bengkulu PT. Enseval berkantor di JL. Depati Payung Negara, RT. 025 RW. 005, No. 8, Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu.

4.2 Visi, Misi dan Nilai Inti PT. Enseval

Visi : Menjadi perusahaan jasa distribusi dan logistik yang terintegrasi di bidang kesehatan melalui penyediaan layanan yang prima, sumber daya manusia yang kompeten, dan penggunaan teknologi.

Misi : Berkontribusi di dalam meningkatkan kualitas kesehatan melalui ketersediaan produk.

Nilai Inti Perusahaan

a) ***Giving the Best to Customers* / Memberikan Pelayanan Terbaik kepada**

Konsumen

Setiap insan Enseval senantiasa memenangkan hati pelanggan melalui layanan prima.

b) ***Integrity* / Integritas**

Setiap insan Enseval senantiasa menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam berinteraksi dengan seluruh stakeholder.

c) ***Striving for Excellence* / Gigih untuk Mencapai yang Terbaik**

Setiap insan Enseval senantiasa berusaha secara maksimal untuk mencapai hasil yang terbaik melalui pelaksanaan operasional yang unggul dan perbaikan berkesinambungan.

d) ***Strong Teamwork* / Kerjasama yang Kokoh**

Setiap insan Enseval mengutamakan kerjasama tim yang kokoh dalam keragaman budaya dan suasana kerja yang menyenangkan untuk mencapai tujuan Perseroan.

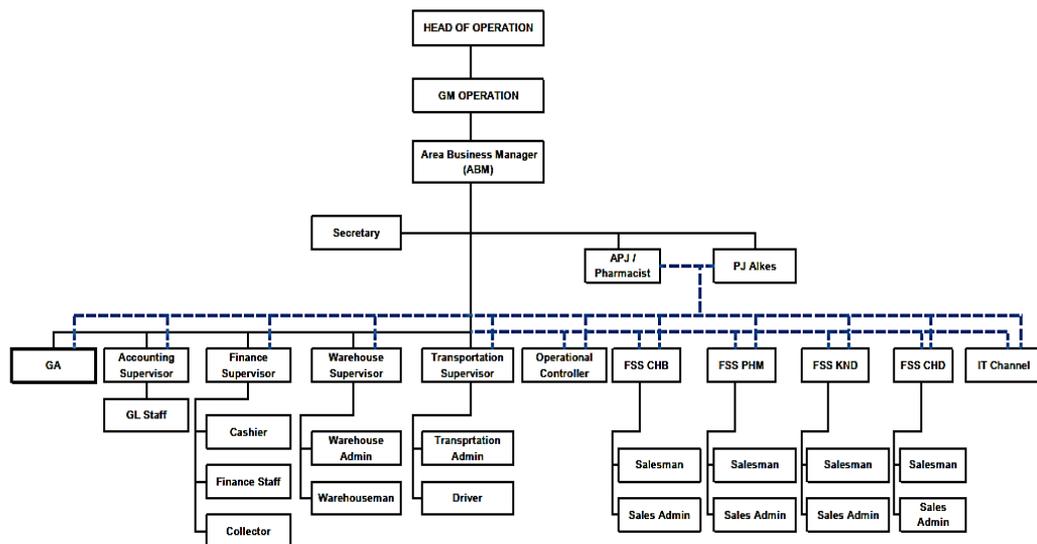
e) ***Innovation* / Inovasi**

Setiap insan Enseval menerapkan inovasi dalam berbisnis dengan memanfaatkan ilmu dan teknologi untuk memenangkan persaingan.

f) *Agility / Lincih*

Setiap insan Enseval percaya bahwa kemampuan beradaptasi secara cepat terhadap perubahan merupakan keunggulan kompetitif untuk memenangkan persaingan.

4.3 Struktur Perusahaan



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Enseval

4.4 Logo Perusahaan



Gambar 3.2 Logo Perusahaan PT. Enseval

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang meliputi Pimpinan PT. Enseval Bengkulu, Sekretaris, Kepala Gudang dan Karyawan PT. Enseval Bengkulu. Adapun datanya adalah sebagai berikut :

1. Nama : Iskandar Zulkarnain
Jabatan : Area Brand Manager
Job Desk : Memimpin dan bertanggungjawab terhadap seluruh kegiatan operasional PT. Enseval di Provinsi Bengkulu.
2. Nama : Endang Sihombing
Jabatan : Sekretaris
Job Desk : Bertanggung jawab terhadap mengelola SDM di perusahaan, dan aspek operasional perusahaan
3. Nama : Elfaner Lase
Jabatan : Kepala Gudang
Job Desk : Memimpin dan bertanggungjawab terhadap kegiatan pergudangan meliputi stok barang, kegiatan keluar masuk barang dan sejenisnya
4. Nama : Yoyon Haryanto
Jabatan : Karyawan
Job Desk : Menjalankan tugas pekerjaan sesuai dengan bagian penempatannya menurut peraturan perusahaan.

5.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini, fokus penelitian diprioritaskan pada strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval, dalam hal ini adalah Area Brand Manager yang bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional PT. Enseval di Provinsi Bengkulu. Untuk memperoleh gambaran terkait hal tersebut, peneliti telah melakukan wawancara terhadap informan dan melakukan kegiatan observasi terkait strategi komunikasi yang dijalankan pimpinan.

Pada wawancara awal dengan Bapak Zulkarnain Iskandar selaku ABM PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Cabang Bengkulu menjelaskan bahwa terdapat 4 strategi yang nantinya akan peneliti jabarkan pada penjelasan aspek-aspek komunikasi berikut :

5.2.1 Who (Siapa Komunikatornya)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap ABM PT. Enseval Bengkulu, berkaitan dengan aspek WHO (komunikator) dalam strategi komunikasi pimpinan memainkan peran yang sangat penting dalam kelancaran komunikasi internal perusahaan. Adapun strategi yang diterapkan adalah :

1. Strategi Komunikasi Terbuka dan Transparan

Bapak Zulkarnain menyatakan bahwa strategi pertama yang diterapkan adalah komunikasi terbuka dan transparan. Bapak Iskandar menyampaikan :

"Sebagai pimpinan, saya rutin memimpin meeting bulanan bersama seluruh karyawan untuk menyampaikan langsung informasi penting, seperti pencapaian perusahaan, target yang belum tercapai, dan rencana strategis ke depan. Saya percaya komunikasi yang terbuka dan langsung dari atasan akan lebih mudah dipahami dan membangun kepercayaan tim." (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 28 April 2025)

Menurut beliau, pendekatan ini membantu karyawan memahami kondisi perusahaan secara keseluruhan dan merasa dilibatkan dalam perjalanan bisnis.

Pimpinan cabang yang telah menjabat lebih dari dua tahun ini dikenal sebagai sosok yang berwibawa, tegas, namun tetap komunikatif dan terbuka

dalam berinteraksi dengan seluruh karyawan. Kredibilitasnya sebagai komunikator terlihat dari tingkat kepercayaan yang tinggi dari bawahan.

Apa yang telah disampaikan Bapak Iskandar Zulkarnain selaku ABM tidak terlalu jauh berbeda dengan apa yang disampaikan Ibu Endang Sihombing selaku Sekretaris. Beliau menyatakan :

"Kami, baik itu pimpinan maupun karyawan, biasanya memulai hari dengan briefing singkat tentang jadwal, pertemuan penting, dan hal-hal yang perlu ditindaklanjuti, Setiap bulannya ada rapat rutin yang melibatkan karyawan" (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025)



Gambar 5.1 *Briefing* yang diselenggarakan setiap pagi melibatkan seluruh karyawan 9 April 2025

Berdasarkan hasil observasi peneliti, diperoleh temuan bahwa meeting di PT. Enseval Bengkulu dilakukan sebanyak 3 kali dalam seminggu

Ibu Endang sebagai sekretaris lebih lanjut menyatakan :

"Pak Iskandar selalu menyampaikan instruksi dengan jelas sebagai pemimpin. Kami percaya setiap arahan yang diberikan karena beliau paham betul situasi di lapangan. Bahkan beliau sering turun langsung jika ada masalah distribusi." (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025)

Gaya komunikasi yang digunakan cenderung demokratis dan partisipatif sebagai seorang komunikator. Sedangkan Bapak Elfaner sebagai Kepala Gudang menyatakan :

"Beliau orangnya sangat komunikatif. Kalau kami bingung, langsung bisa bertanya, dan jawabannya selalu membantu. Gaya

komunikasinya enak, tidak menekan.” (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di lingkungan kerja PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Cabang Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa pimpinan cabang—dalam hal ini Bapak Iskandar—memiliki peran sentral sebagai komunikator dalam menciptakan komunikasi internal yang efektif. Selama proses observasi, peneliti melihat bahwa interaksi antara pimpinan dan karyawan berlangsung dalam suasana yang terbuka dan kondusif. Pimpinan aktif berkomunikasi langsung dengan para staf, baik dalam kegiatan rutin seperti briefing pagi maupun saat menghadapi kendala operasional di lapangan.

Pak Iskandar menunjukkan sikap tegas dalam menyampaikan kebijakan perusahaan, namun tetap mengedepankan pendekatan humanis. Ia tidak ragu untuk turun langsung ke gudang atau ke bagian distribusi jika terdapat kendala operasional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pimpinan sebagai komunikator utama telah menjalankan peran strategis dalam membentuk komunikasi organisasi yang efektif dan berdampak langsung terhadap produktivitas kerja di lingkungan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu.

2. Strategi Pendekatan komunikasi dua arah

Strategi kedua yang diterapkan adalah pendekatan komunikasi dua arah. Pimpinan tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi, tetapi juga aktif mendengarkan masukan, keluhan, dan ide-ide dari karyawan. Berdasarkan penjelasan Bapak Elfaner Lase, karyawan dapat dengan mudah

menyampaikan pendapat atau keluhan mereka langsung kepada pimpinan tanpa perlu melalui hierarki yang panjang. Seperti yang dijelaskan beliau :

“Kalau ada masalah, kita bisa bicara langsung ke Pak Iskandar. Beliau orangnya terbuka dan mau dengar kita” (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Lebih lanjut, Bapak Elfaner menjelaskan bahwa Bapak Iskandar sering *“melihat langsung ke lapangan”*. Dengan demikian maka karyawan dapat bertemu dan menyampaikan pendapat atau keluhan mereka kepada beliau. Seperti yang disampaikan oleh salah satu karyawan Gudang menyatakan bahwa pimpinan seringkali menyempatkan diri untuk berinteraksi langsung dengan mereka di area kerja. Seperti yang disampaikan Yoyon Haryanto sebagai staf Gudang mengatakan :

“Pak Iskandar sering berkeliling nanyain kabar kita, gimana kerjaan. Jadi kita merasa diperhatikan” (Wawancara dengan Yoyon Haryanto, tanggal 1 Mei 2025)

Hal ini mendukung pernyataan ABM bahwa ia sering berbaur dengan karyawan, melihat langsung karyawan bekerja, berbicara, berinteraksi, menedengar cerita, tak hanya seputar pekerjaan dan menunjukkan kepedulian pada karyawan. Seperti yang dikatakannya :

“Saya berusaha terjun langsung kesetiap bagian. Tidak hanya berbicara tentang tugas dan kewajiban karyawan saja. Tetapi juga mengetahui bagaimana keadaan mereka. Saya berusaha memotivasi karyawan dan menumbuhkan rasa kekeluargaan. Saya ingin karyawan tahu bahwa saya peduli dengan kesejahteraan mereka” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 28 April 2025)

3. Membangun Komunikasi Personal

Strategi ketiga yaitu membangun komunikasi personal dengan cara mengamati dan berinteraksi langsung dengan karyawan. Dalam sesi wawancara Bapak Zulkarnain menjelaskan :

"Secara berkala, saya menyempatkan diri berkeliling area kerja, berbincang langsung dengan karyawan di berbagai level untuk mengetahui kondisi mereka, mendengar cerita mereka, dan menunjukkan bahwa saya peduli dengan kesejahteraan mereka"(Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025)

Pendekatan ini dimaksudkan untuk mendekati diri dengan karyawan dan memahami kondisi kerja secara langsung. berupa berbaur dengan karyawan saat waktu istirahat, mengobrol Santai dan tidak hanya membahas pekerjaan dan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang dapat membuat hubungan dengan karyawan menjadi dekat, seperti *gathering*, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, Bapak Iskandar Zulkarnain sebagai pimpinan seringkali berbaur dengan karyawan, interaksi yang terjalin akrab dengan karyawan tidak hanya sebatas dikantor. Hal ini dibuktikan dengan carita karyawan, kadang Bapak Iskandar Zulkarnain mengajak karyawan memancing bersama saat libur.

4. Menerapkan sistem pengakuan dan penghargaan yang transparan

Untuk strategi keempat, pimpinan menerapkan sistem pengakuan dan penghargaan yang transparan. Ia menyampaikan bahwa setiap pencapaian, baik besar maupun kecil, diapresiasi secara terbuka melalui forum perusahaan.

Bisa diambil contoh, perusahaan memberi *reward* bagi karyawan rajin yang dinilai berdasarkan kehadiran. Walau rewardnya tidak begitu besar, namun setidaknya akan memberi motivasi bagi karyawan untuk menjadi lebih baik. Pimpinan meyakini bahwa hal ini menciptakan budaya saling mendukung dan memotivasi antar karyawan.



Gambar 5..2 Penyerahan Reward Bagi Karyawan Berprestasi
(06 Oktober 2024)

5. Mengkomunikasikan visi dan misi perusahaan dengan cara yang relevan dan inspiratif

Strategi terakhir yang dikemukakan adalah mengkomunikasikan visi dan misi perusahaan dengan cara yang relevan dan inspiratif. Bapak Iskandar Zulkarnain percaya bahwa dengan memahami bagaimana pekerjaan mereka berkontribusi pada tujuan besar perusahaan, "karyawan merasa bahwa pekerjaan mereka bermakna dan penting," tegasnya.

Ibu Endang menjelaskan lebih lanjut :,

"Meeting bulanan itu penting sekali, karena kita jadi tahu perkembangan perusahaan, apa yang sudah dicapai dan apa yang belum. Jadi kita semua merasa satu tim." (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025)

Terkait akses untuk memberikan pendapat, dalam sesi wawancara Kepala Gudang memberi penjelasan yang tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan Bapak Iskandar Zulkarnain. Beliau membenarkan adanya kemudahan dalam menyampaikan pendapat atau keluhan kepada pimpinan. Seperti yang disampaikannya

"Kalau ada masalah, kita bisa langsung ngomong ke Pak Iskandar. Beliau orangnya terbuka, mau dengerin kita." (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Konsep “melihat langsung ke lapangan” yang disampaikan oleh ABM terkonfirmasi melalui pengalaman langsung karyawan.

Demikian juga beberapa karyawan yang diwawancarai mengungkapkan bahwa pimpinan seringkali menyempatkan diri untuk berinteraksi langsung dengan mereka di area kerja. Salah seorang karyawan menyatakan.

"Pak Iskandar sering keliling, nanyain kabar kita, gimana kerjaan. Jadi kita merasa diperhatikan." (Wawancara dengan Yoyon Haryanto, Tanggal 1 Mei 2025)

. Hal ini mendukung pernyataan ABM bahwa ia secara berkala, menyempatkan diri berkeliling area kerja, berbincang langsung dengan karyawan di berbagai level untuk mengetahui kondisi karyawan, mendengar cerita, dan menunjukkan kepedulian pada karyawan. Seperti pernyataan beliau :

“Saya berusaha secara rutin terjun langsung kesetiap bagian. Tidak hanya berbicara tentang tugas dan kewajiban karyawan saja. Tapi juga untuk mengetahui bagaimana keadaan mereka. Saya ingin karyawan tahu bahwa saya peduli dengan kesejahteraan mereka”(Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025).

Peneliti melihat adanya kesesuaian data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan hasil observasi peneliti. Adanya rapat rutin ditunjukkan dari adanya dokumen notulen rapat yang tersusun dengan baik. Selain itu peneliti juga mengamati bahwa disetiap awal kerja selalu dilakukan *briefing* yang melibatkan seluruh karyawan. Pada kesempatan lain, peneliti sering menjumpai pimpinan sedang berbicara santai dengan beberapa karyawan

yang pembahasannya tidak selalu tentang pekerjaan. Hal ini menjadi salah satu cara pimpinan untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap karyawan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading Tbk cabang Bengkulu berfokus pada transparansi, komunikasi dua arah, pendekatan personal, sistem penghargaan, dan komunikasi visi yang bersifat inspiratif atau memberi contoh. Penerapan aspek ini dapat terlihat melalui berbagai bentuk pendekatan yang dilakukan oleh seorang pemimpin atau komunikator utama dalam suatu organisasi.

5.2.2 Says What (Apa pesannya)

Peneliti juga mencoba menggali strategi komunikasi pimpinan terkait aspek “*says what*”. Pada sesi wawancara Bapak Iskandar Zulkarnain selaku ABM menjelaskan bahwa beliau menekankan kepada karyawan untuk bekerja dengan fokus untuk mendapatkan hasil kerja yang maksimal. Seperti yang disampaikan :

“Saya selalu tekankan bahwa kerja kita harus fokus pada hasil capai target, kerja efisien, dan minim kesalahan. Karena kalau target tercapai, semua ikut untung, termasuk karyawan.” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025).

Kerja efisien yang dimaksud Bapak Iskandar adalah bekerja dengan memanfaatkan semua sumber daya yang ada untuk mencapai hasil yang maksimal.

Apa yang dijelaskan Bapak Zulkarnain sejalan dengan pernyataan Ibu Endang Sihombing selaku sekretaris. Menurut Endang, pimpinan sering menyampaikan bahwa setiap karyawan harus bekerja sesuai peran dan

tanggung jawabnya agar operasional perusahaan tetap lancar dan produktif. Lebih lanjut beliau menyampaikan bahwa pesan tersebut selalu disampaikan oleh pimpinan.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban Ibu Endang. Elfaner Lase yang menjabat sebagai Kepala gudang menyampaikan :

“Pak Iskandar sering bilang ke bagian gudang, kerja kita harus cepat, rapi, dan jangan sampai salah hitung. Kalau barang telat atau keliru, perusahaan rugi.” (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan Bapak Zulkarnain selaku pimpinan sering terjun kesetiap bagian dan memberi arahan sesuai dengan tugas masing-masing bagian.

Sedangkan Yoyon Haryanto selaku karyawan yang bertugas di bagian gudang juga menyampaikan Bapak Zulkarnain sering mengingatkan pentingnya kerja tepat waktu, patuh prosedur, dan menjaga performa agar bonus dan insentif bisa didapat oleh karyawan :

Hampir disetiap briefing, pimpinan selalu mengingatkan karyawan untuk bekerja sesuai dengan ketentuan perusahaan. Selain itu beliau juga sering menyampaikan tentang bonus dan insentif yang diterima karyawan apabila telah bekerja dengan baik (Hasil Wawancara dengan Yoyon Haryanto selaku karyawan pada tanggal 3 Mei 2025)

Dari hasil pengamatan langsung peneliti di lapangan, terlihat bahwa Bapak Iskandar Zulkarnain selaku pimpinan memang aktif menyampaikan arahan kerja kepada karyawan. Dalam *briefing* pagi yang diamati peneliti awal Mei 2025, beliau dengan jelas menyampaikan pentingnya kerja tepat waktu, kerja rapi, dan capai target. Beliau juga mengatakan bahwa bonus akan diberikan kalau kerja dilakukan sesuai aturan. Selain itu, peneliti melihat sendiri saat beliau mendatangi bagian gudang dan mengingatkan

staf untuk teliti menghitung barang agar tidak terjadi kesalahan. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang disampaikan saat wawancara memang benar terjadi di lapangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari berbagai posisi di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa pesan utama yang disampaikan pimpinan kepada karyawan bersifat arahan tentang fungsi dan tugas karyawan serta difokuskan pada tujuan bisnis perusahaan. Pesan yang disampaikan secara konsisten menekankan tentang pentingnya mencapai target, tentang efisiensi dan ketepatan kerja, kedisiplinan dan kepatuhan karyawan, tentang motivasi yang diunjukkan dengan arahan bonus dan insentif dan tentang arahan terkait pembagian tugas harian, informasi, pengingat prosedur, dan arahan kerja. Pesan yang disampaikan pimpinan mencerminkan strategi komunikasi yang tepat dan sesuai dengan konteks perusahaan komersial, yakni mendorong kinerja yang produktif demi pencapaian tujuan bisnis.

5.2.3 *In Which Channel* (Media Yang Digunakan)

Dalam menyampaikan pesan secara efektif, pemilihan saluran komunikasi atau media yang digunakan (*In Which Channel*) memegang peran penting. Media yang tepat tidak hanya menentukan sejauh mana pesan dapat menjangkau audiens, tetapi juga memengaruhi pemahaman serta respon yang dihasilkan. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan menggunakan media yang sesuai dengan karakteristik pesan, tujuan komunikasi, serta segmentasi target yang dituju.

Terkait aspek “*in which channel*”, dalam sesi wawancara dengan Bapak Zulkarnain, beliau menyatakan :

“Selain rapat dan briefing, kami juga pakai papan pengumuman untuk menyampaikan informasi penting, seperti pencapaian kerja atau pengumuman resmi. Email juga kami gunakan untuk menyampaikan arahan yang lebih formal. Lalu, WhatsApp jadi media yang paling praktis untuk komunikasi sehari-hari terutama saat butuh respon cepat atau menyampaikan informasi singkat” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025)

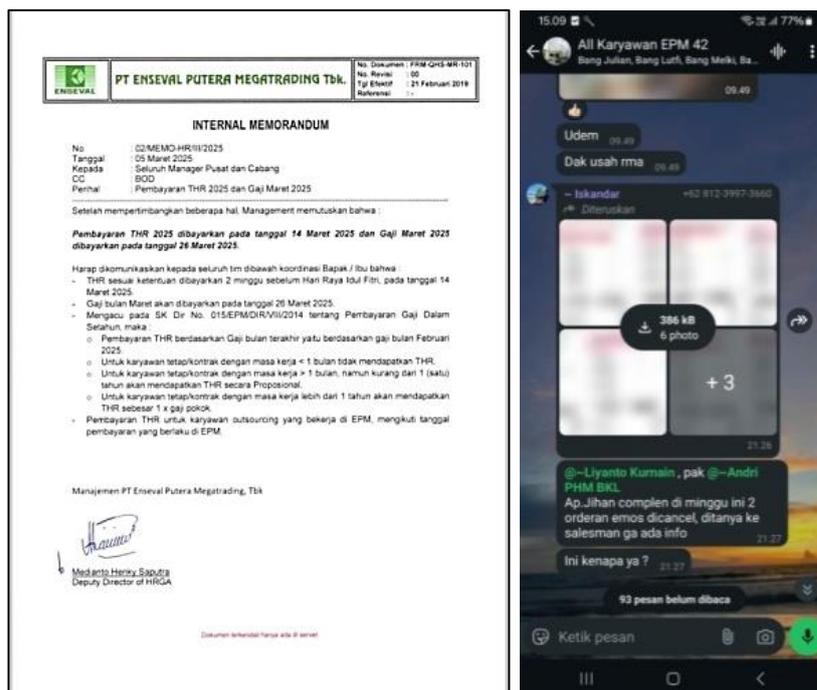
Ibu Endang selaku Sekretaris juga menyampaikan :

“Selain lewat rapat, Pak Iskandar juga sering kirim email berisi arahan kerja dan motivasi. Kami juga punya papan pengumuman di kantor, isinya kadang ada pesan semangat dan pengumuman dan lain-lain. WhatsApp juga dipakai tiap hari, apalagi untuk komunikasi cepat.” (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025)

Apa yang disampaikan Bu Endang, tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan Bapak Elfaner Lase selaku Kepala Gudang. Beliau mengatakan :

“Biasanya info penting disampaikan lewat WhatsApp grup, tapi kalau yang lebih resmi atau menyangkut target kerja, dikirim lewat email. Di papan pengumuman juga sering ditempel info bagi karyawan baik itu tentang target, informasi dan lain-lain.” (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Agak berbeda dengan jawaban Yoyon Hariyanto selaku karyawan. Yang bersangkutan menyatakan bahwa untuk karyawan biasanya informasi disampaikan lewat *WhatsApp group*. Pimpinan jarang melakukan *WhatsApp* pribadi dengan karyawan terkait pekerjaan. Umumnya hanya komunikasi yang bersifat diluar pekerjaan. Selain itu informasi juga diperoleh pada saat *briefing*, rapat bagian dan informasi dari papan pengumuman.



Gambar 5.3 Contoh Informasi Cuti Libur Lebaran yang ditempel dipapan pengumuman dan grup WA.

Hasil observasi di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu menunjukkan bahwa saluran komunikasi seperti papan pengumuman, *WhatsApp group*, dan *email* memang digunakan secara aktif oleh pimpinan. Papan pengumuman berisi informasi kerja dan pesan motivasi, *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi cepat antar bagian, dan *email* dipakai untuk penyampaian arahan yang bersifat formal. Temuan ini membenarkan pernyataan para informan dan menunjukkan saluran komunikasi yang efektif dan sesuai kebutuhan kerja di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa saluran komunikasi yang digunakan pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu selain melalui media rapat dan *briefing* juga melalui sarana lain meliputi *WhatsApp group*, *email*, dan papan pengumuman. *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi cepat sehari-hari,

email untuk penyampaian pesan formal dan arahan kerja, serta papan pengumuman untuk menyampaikan informasi umum seperti pengumuman resmi atau motivasi kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa pimpinan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi sesuai kebutuhan agar informasi tersampaikan dengan efektif kepada seluruh karyawan.

5.2.4 To Whom (Siapa Komunikannya)

Untuk aspek “*to whom*” wawancara ditujukan untuk menggali sasaran dari pesan yang disampaikan. Terkait hal ini Bapak Zulkarnain menyatakan :

“Pesan saya tujukan untuk semua bagian—dari staf administrasi, sales, hingga gudang. Karena setiap bagian punya peran penting dan harus selaras dengan tujuan perusahaan. Kalau satu bagian tidak paham arah kerja, bisa memengaruhi kinerja secara keseluruhan.” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025)

Lebih lanjut beliau menyampaikan bahwa selama ini pesan yang disampainya dapat dipahami oleh karyawan. Seperti yang disampaikan beliau :

“Sejauh ini, saya lihat mereka cukup merespon positif. Memang kadang ada yang lambat menangkap maksudnya, tapi lewat briefing atau WA, saya ulangi lagi agar semua paham.” .” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025)

Ibu Endang selaku sekretaris menjelaskan dalam sesi wawancara bahwa pesan dari pimpinan biasanya ditujukan kepada semua karyawan, baik secara langsung maupun melalui koordinator bagian. Menurutnya, Pimpinan selalu berusaha agar semua karyawan tahu arahan kerja. Kadang lewat email ke kepala bagian, lalu diteruskan ke stafnya" Ia juga mengatakan bahwa sebagian besar karyawan menerima pesan dengan baik,

“Tapi memang ada juga yang perlu diingatkan beberapa kali, terutama soal aturan atau target kerja.” Jadi kadang pesan tidak hanya disampaikan satu kali dan tidak dengan metode yang sama penyampaiannya” (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025)

Tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Endang, Bapak Elfaner Lase sebagai Kepala Gudang menyatakan bahwa pesan ditujukan kepada seluruh bagian dan kepala setiap bagian meneruskan ke bawahannya. Seperti yang dijelaskannya :

“Pesan dari Pak Iskandar biasanya ditujukan ke semua Bagian , tapi kami di gudang sering dapat arahan langsung, terutama kalau menyangkut target dan pengiriman barang. Tentang arahan beliau menurut saya, sebagian besar anak-anak gudang nurut. Soalnya arahan dari atasan jelas dan biasanya disampaikan juga lewat grup WA. Kalau ada yang belum paham, biasanya saya bantu jelaskan lagi.”. (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Sementara Saudara Yoyon menyampaikan bahwa pesan dari pimpinan biasanya ditujukan ke seluruh karyawan, tapi lebih sering diterima lewat kepala bagian atau grup WhatsApp.

“Kadang kami langsung dapat info dari Pak Elfaner, atau lihat pengumuman di grup.” Menurut Yoyon, sebagian besar karyawan menerima dan mengikuti arahan pimpinan, “Selama pesannya jelas dan nggak mendadak, kami bisa jalanin dengan baik.” (Hasil Wawancara dengan Yoyon Haryanto selaku karyawan pada tanggal 3 Mei 2025)

Wawancara menunjukkan bahwa sasaran komunikasi pimpinan adalah seluruh karyawan, karena setiap bagian memiliki kontribusi penting terhadap pencapaian target perusahaan. Pesan disampaikan secara berlapis, melalui kepala bagian atau langsung ke staf, dengan pemanfaatan berbagai media. Sebagian besar karyawan menerima pesan dengan baik, meski dalam beberapa kasus perlu pengulangan atau penjelasan tambahan agar benar-benar dipahami.

Hasil observasi di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu peneliti melihat bahwa pesan pimpinan disampaikan kepada seluruh bagian, mulai dari staf administrasi, gudang, hingga *sales*. Komunikasi paling umum dilakukan melalui grup *WhatsApp*, yang aktif digunakan untuk menyampaikan arahan, pengingat target, dan informasi harian. Selain itu, papan pengumuman di area kerja juga berisi informasi umum yang ditujukan kepada seluruh karyawan, seperti jadwal libur, target dan pesan motivasi. Meskipun email juga digunakan, namun sebagian besar email yang diterima berasal dari kantor pusat dan bersifat administratif. Hal ini sejalan dengan pernyataan para informan bahwa penyampaian pesan lebih efektif dilakukan secara langsung melalui kepala bagian atau media yang cepat seperti *WhatsApp* dan papan pengumuman.

5.2.5 *With What Effect* (Efek Apa Yang Diinginkan)

Menjawab pertanyaan peneliti terkait aspek “*With What Effect*”,

Bapak Zulkarnain menyampaikan :

“Kami menyampaikan pesan-pesan yang bersifat membangun, seperti apresiasi atas pencapaian kerja, target harian yang harus dikejar, serta pentingnya kerja sama tim. Kami juga menyelipkan motivasi dalam briefing atau pesan WhatsApp agar mereka merasa dihargai. Efek yang diharapkan tentu agar karyawan tetap semangat dan merasa diperhatikan oleh manajemen. Saya melihat bahwa komunikasi ini cukup berhasil. Terbukti, respon karyawan cukup baik. Mereka jadi lebih disiplin, aktif bertanya, dan ada peningkatan semangat kerja di lapangan.” (Hasil wawancara dengan Iskandar Zulkarnain selaku ABM PT. Enseval Bengkulu Tanggal 25 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti berkesimpulan bahwa strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Bengkulu bertujuan memotivasi karyawan melalui pesan apresiasi, arahan, dan motivasi yang dapat memberi

semangat, meningkatkan disiplin, dan aktif, menunjukkan bahwa komunikasi ini cukup berhasil.

Bu Endang ketika diwawancara terkait apa yang dilakukan pimpinannya dalam konteks “*With What Effect*” menjelaskan:

“Pak Iskandar sering menyampaikan pesan motivasi baik lewat rapat maupun WhatsApp, seperti ucapan terima kasih atas kerja keras tim atau pesan-pesan positif agar tetap semangat. Bahkan kadang ditempel juga di papan pengumuman. Menurut saya, strategi ini cukup berhasil. Karyawan jadi merasa dihargai dan lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat. Mereka juga lebih rajin hadir dan ikut terlibat dalam kegiatan kantor” (Hasil wawancara dengan Ibu Endang Sihombing Tanggal 28 April 2025).

Tidak jauh berbeda dengan penjelasan Ibu Endang, Bapak Elfaner juga menjelaskan hal yang hampir sama. Seperti yang disampaikannya :

“Di gudang, kami sering diberi semangat lewat arahan langsung atau pesan singkat di grup. Biasanya berupa penguatan bahwa kerja keras mereka penting untuk keseluruhan proses distribusi. Pesan-pesan seperti itu buat anak-anak gudang lebih semangat kerja, apalagi kalau dikasih target dan kemudian diapresiasi. Saya kira cukup berhasil, karena mereka jadi lebih cepat tanggap dan lebih solid.” (Wawancara dengan Elfaner Lase selaku Kepala Gudang, Tanggal 1 Mei 2025).

Demikian juga dengan hasil wawancara Saudara Yoyon tidak jauh berbeda dengan hasil wawancara atasannya. Berikut hasil wawancara :

“Kami sering dapat pesan motivasi dari grup WhatsApp, kadang dari Pak Elfaner atau pimpinan. Pesannya kadang simpel, tapi bisa nyemangatin. Misalnya, “Ayo kita kejar target hari ini!” atau “Terima kasih atas kerja kerasnya” Menurut saya sih cukup berhasil. Soalnya kalau dapet pesan kayak gitu, kita merasa dihargai dan pengen kerja lebih maksimal.” Hasil Wawancara dengan Yoyon Haryanto selaku karyawan pada tanggal 3 Mei 2025)

Sementara hasil observasi yang peneliti lakukan menemukan bahwa apa yang disampaikan Bapak Zulkarnain sesuai dengan apa peneliti temukan. Harapan Bapak Zulkarnain sebagai pimpinan agar bawahannya

dapat bekerja dengan maksimal terbukti dengan kedisiplinan karyawan PT. Enseval. Arahan, motivasi yang diberikan Bapak Zulkarnain sebagai atasan, dapat dijalankan dengan baik oleh seluruh karyawan.

Strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Bengkulu, seperti pemberian apresiasi, arahan, dan motivasi melalui *briefing*, *WhatsApp*, dan papan pengumuman, terbukti efektif. Karyawan merasa dihargai, lebih semangat, disiplin, dan aktif dalam bekerja. Hasil observasi mendukung temuan wawancara, menunjukkan bahwa komunikasi pimpinan berhasil meningkatkan kinerja karyawan secara nyata.

Dengan demikian maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Bengkulu seperti memberikan apresiasi, arahan, dan motivasi melalui *briefing WhatsApp*, dan papan pengumuman terbukti efektif. Karyawan merasa dihargai, lebih semangat, disiplin dan aktif dalam bekerja. Hasil observasi mendukung temuan wawancara menunjukkan bahwa komunikasi pimpinan berhasil meningkatkan kinerja karyawan secara nyata.

Secara keseluruhan, penerapan teori komunikasi Harold Lasswell oleh pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading Tbk cabang Bengkulu memberikan gambaran tentang bagaimana komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

5.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu, dapat dianalisis bahwa strategi komunikasi

pimpinan telah berjalan sejalan dengan teori komunikasi Harold Lasswell, yang menyusun komunikasi sebagai proses dengan lima unsur utama: *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect*. Unsur pertama, *who*, merujuk pada pengirim pesan, yang dalam konteks ini adalah pimpinan perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian, pimpinan berperan aktif sebagai komunikator utama yang tidak hanya menyampaikan instruksi, tetapi juga membangun hubungan yang terbuka, dialogis, dan personal dengan karyawan. Pimpinan secara langsung terlibat dalam proses komunikasi, baik melalui pertemuan formal maupun pendekatan informal ke lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan memiliki kredibilitas dan otoritas sebagai sumber pesan, yang menurut Lasswell menjadi kunci keberhasilan dalam proses komunikasi organisasi.

Selanjutnya, pada elemen *says what*, isi pesan yang disampaikan pimpinan mencakup arahan kerja, pencapaian target, motivasi, dan sistem penghargaan. Pesan-pesan tersebut disusun dengan bahasa yang jelas, langsung, dan disesuaikan dengan kondisi organisasi. Penekanan pada produktivitas dan efisiensi kerja dipadukan dengan penyampaian motivasi dan penghargaan atas pencapaian individu maupun tim. Strategi ini sejalan dengan konsep komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada instruksi, tetapi juga mendorong keterlibatan emosional dan loyalitas karyawan. Pesan-pesan tersebut tidak hanya disampaikan satu arah, tetapi juga diikuti dengan ruang untuk umpan balik, yang semakin memperkuat keterlibatan karyawan dalam komunikasi organisasi.

Pada unsur *in which channel*, hasil penelitian menunjukkan bahwa pimpinan menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik formal maupun informal. Pertemuan rutin, briefing, email, WhatsApp, dan papan pengumuman menjadi

sarana utama dalam menyampaikan pesan. Pemilihan saluran ini didasarkan pada urgensi informasi dan karakteristik pesan yang disampaikan. Misalnya, untuk penyampaian cepat, WhatsApp digunakan; sementara untuk komunikasi formal yang terdokumentasi, email menjadi pilihan utama. Penggunaan multi-channel menunjukkan kesadaran pimpinan akan pentingnya adaptasi media dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada semua karyawan, sesuai konteks dan kebutuhan masing-masing.

Adapun pada aspek *to whom*, pesan komunikasi pimpinan ditujukan kepada seluruh karyawan di berbagai bagian dan tingkatan. Strategi komunikasi dilakukan secara langsung maupun melalui kepala bagian untuk menjangkau seluruh lini organisasi. Pimpinan menyadari pentingnya memperhatikan karakteristik penerima pesan, baik dari segi jabatan, latar belakang pendidikan, maupun pengalaman kerja. Oleh karena itu, dalam beberapa situasi, dilakukan pengulangan atau penyederhanaan pesan agar dapat diterima secara utuh oleh semua pihak. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran akan prinsip *audience orientation* dalam teori Lasswell, bahwa pemahaman terhadap audiens menjadi kunci keberhasilan komunikasi.

Terakhir, pada elemen *with what effect*, dapat dianalisis bahwa komunikasi yang dilakukan pimpinan berdampak positif terhadap motivasi, kedisiplinan, dan kinerja karyawan. Karyawan merasa lebih dihargai, termotivasi, dan dilibatkan dalam proses organisasi. Komunikasi yang dilakukan juga berhasil menciptakan suasana kerja yang kondusif, kolaboratif, dan penuh semangat. Efek yang ditimbulkan mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi dalam membangun rasa memiliki terhadap perusahaan, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan

efektivitas kerja tim. Hal ini selaras dengan temuan Hartono dan Setiawan (2021), yang menyatakan bahwa komunikasi pimpinan yang bersifat apresiatif mampu meningkatkan motivasi kerja secara signifikan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu telah berhasil menerapkan kelima aspek teori Harold Lasswell secara menyeluruh dan konsisten. Pimpinan tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan iklim komunikasi yang sehat, dialogis, dan strategis dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya sebagai alat koordinasi, tetapi juga sebagai kekuatan manajerial dalam membangun komitmen dan kinerja karyawan secara berkelanjutan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka peneliti menyimpulkan bahwa telah menerapkan strategi komunikasi berdasarkan teori Harold Lasswell yang dibuktikan dengan :

1. Pimpinan bertindak sebagai komunikator utama (*who*) yang aktif membangun komunikasi terbuka, dua arah, dan personal dengan karyawan. Pimpinan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan suasana kerja yang partisipatif dan mendengarkan aspirasi karyawan secara langsung.
2. Isi pesan (*says what*) yang disampaikan mencakup motivasi, arahan kerja, pengakuan, dan penghargaan yang relevan dengan kebutuhan organisasi dan karyawan. Pesan disampaikan secara konsisten dan kontekstual sehingga mudah dipahami dan diterima.
3. Saluran komunikasi (*in which channel*) yang digunakan bervariasi, mulai dari pertemuan tatap muka, email, WhatsApp, hingga papan pengumuman. Pendekatan multi-channel ini memperkuat efektivitas penyampaian informasi dan mempercepat distribusi pesan kepada seluruh karyawan.
4. Sasaran komunikasi (*to whom*) meliputi seluruh karyawan dari berbagai bagian dan tingkatan, dengan pendekatan bertingkat dan disesuaikan dengan karakteristik penerima pesan. Hal ini menjamin bahwa informasi dapat diakses merata dan peluang komunikasi dua arah tetap terbuka.

5. Efek dari strategi komunikasi ini (*with what effect*) adalah meningkatnya motivasi kerja, semangat kolaborasi, kedisiplinan, dan kinerja karyawan. Karyawan merasa dihargai dan dilibatkan dalam proses organisasi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi pimpinan di PT Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu telah berjalan efektif dalam memotivasi karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka peneliti merekomendasikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan agar manajemen perusahaan dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan strategi komunikasi pimpinan melalui pendekatan yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif, guna membangun hubungan kerja yang harmonis dan meningkatkan motivasi karyawan.
2. Disarankan agar masyarakat, khususnya pelaku organisasi dan dunia kerja, menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan dalam menerapkan strategi komunikasi pimpinan yang efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan memotivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2025). Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Performa Guru Di Pondok Pesantren Prof. Dr. Hamka Maninjau. *Education and Social Sciences Review*, 6(1), 11–15.
- Ahmad Yani. (2023). Pengaruh Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kelurahan Rabadompu Timur. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 9(1). <https://doi.org/10.59050/jkk.v9i1.97>
- Ambara, J. W. S. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pimpinan Lppm Unhas Terhadap Kinerja Pegawai. *Ensiklopedia of Journal*, 5(2).
- Apandi, A. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Biro Umum Dan Keuangan Universitas Lampung. *Cendekia: Journal of Education and Teaching*, 12(1). <https://doi.org/10.30957/cendekia.v12i1.463>
- Ardianto, E., & Subekti, P. (2021). *Komunikasi Organisasi: Strategi dan Praktik di Era Digital*. Rosda Karya.
- Bilqis, T. D. (2024). Pengaruh Gaya Komunikasi Asertif Pimpinan PT. Forged Motorsport Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4).
- Darmawan, A. Z. S., Indrayani, I. I., & Goenawan, F. (2022). Strategi Komunikasi Amerta Land Dalam Mengimplementasikan Program “Member Get Member.” *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2).
- Faradillah, A., Abdi, A., & Haq, N. (2022). Strategi Pemerintah Dalam Penanggulangan Covid-19 Pada Sekretariat Satuan Tugas Penanganan Covid-19 Kota Makassar. *JPPM: Journal of Public Policy and Management*, 3(2). <https://doi.org/10.26618/jppm.v3i2.6578>
- Hardiyanto, F. Y. (2023). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan). *Dohara Publisher Open Access Journal*, 1(1).
- Hartono, R., & Setiawan, B. (2021). Hubungan antara Komunikasi Pimpinan Dan Motivasi Kerja Karyawan Pada Perusahaan Multinasional di Indonesia. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 45–62.
- Herdajanto, T., Rachmawati, E., Ridha, M., & Huda, K. (2022). Peran komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. *JIEAA*.
- Hidayat, A., & Sukandi, P. (2021). *Komunikasi Organisasi: Paradigma Kontekstual dalam Bisnis Indonesia*. Media Nusa Creative.
- Irvan Riyadi, Ade Chandra. (2022). Pola Komunikasi Pemerintah Kalurahan Baturetno, Kapanewon Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa

Yogyakarta. *Jurnal Masyarakat Dan Desa*, 2(1).
<https://doi.org/10.47431/jmd.v2i1.211>

Lande, A., Ferliandre, A., & Anggraini, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan: Gaya Kepemimpinan, Kepribadian Dan Strategi (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1).
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.853>

Lumbantoruan, R. M. L. (2024). Gaya Komunikasi Seorang Pemimpin Dalam Memotivasi Para Dosen Untuk Melakukan Tridarma. *Jurnal Visi Komunikasi*, 23(11), 31–41.

Mardhiah, A., Hidayat, D. R., Rahmat, A., & Sjafirah, N. A. (2020). Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perempuan Di Tingkat Komisi Pada Dewan Perwakilan Rakyat Aceh. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1).

Milenia, A., Suryawati, I. G. A. A., & Joni, I. D. A. S. (2021). Strategi Komunikasi FBI Bali Radio Dalam Meningkatkan Pendengar Program Hi Bali. *E-Journal Medium*, 01(01).

Mulyana, D., & Anwar, R. (2021). *Komunikasi Organisasi: Pendekatan Budaya dan Komunikasi Dialogis*. Remaja Rosdakarya.

Oktora, D. (2023). Pengaruh Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Puskesmas Cikalong Kab. Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(3).

Onong Uchjana, E. (2019). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. Remaja Rosdakarya.

Prajarto, N., & Respati, W. (2022). *Komunikasi Organisasi Berorientasi Tugas: Perspektif Indonesia*. Gadjah Mada University Press.

Rahmawati, S., & Handayani, W. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Tiktok Pada Produk Sepatu Kulit Proville. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2).
<https://doi.org/10.56910/safari.v3i2.751>

Rivai, V., Bachtiar, & Amar, R. B. (2014). Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi. *Frum Ilmiah*, 10(2). <https://doi.org/10.1016/j.eururo.2010.11.021>

Salaputa,)Sarpa. (2023). Pengaruh Peran Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Bagian Biro Umum Kantor Gubernur Maluku. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 95–103.

Santoso, R., Munawi, H. A., & Nevita, A. P. (2020). Analisa Perilaku Konsumen : Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Teknologi Terapan: G-Tech*, 4(1). <https://doi.org/10.33379/gtech.v4i1.550>

Saputra, R., & Widiastuti, T. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Selektif Dalam Komunikasi Organisasi: Studi pada karyawan perusahaan

multinasional di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi Indonesia*, 8(1), 45–63.

Sari, F. M., Yusnadi, Y., & Samosir, H. E. (2023). Struktur Sosial Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Klasik, Humanis, Integratif, dan Kontemporer. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 4(2). <https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.12415>

Shabrina. (2023). Peran Pimpinan Dalam Mempengaruhi Iklim Organisasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(4), 4134–4138.

Siregar, D. N., & Djuwita, A. (2021). Strategi Komunikasi PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Proceedings of Management*, 8(3).

Solihin, D., & Ramadhan, I. A. (2022). *Manajemen Komunikasi di Era Digital: Meminimalisir Noise dalam Komunikasi Organisasi*. Andi.

Sugiyono. (2018). Memahami Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Bandung: Alfabeta*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March). Alfabeta.

Supriatna, E., & Sutisna, M. (2023). Kepemimpinan transformasional dan komunikasi organisasi dalam perusahaan Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 6(1), 89–104.

Usman, A. T., Wasliman, I., Nurjaman, U., & Fatkhullah, K. (2022). Manajemen Strategis Peningkatan Mutu Dosen Di Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus UMTAS Tasikmalaya dan IPI Garut). *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1).

Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1). <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>

Wibowo, B., & Handoko, T. H. (2022). *Motivasi Karyawan: Pengakuan dan Sistem Penghargaan dalam Organisasi Indonesia*. Salemba Empat.

Widyawati, E. (2021). Pengaruh disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi kerja di dinas kelautan dan perikanan provinsi jawa timur. *Soetomo Business Review*, 2.

Yani, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kelurahan Rabadompu Timur. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 9(1). <https://doi.org/10.59050/jkk.v9i1.97>

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran :



UNIVERSITAS DEHASEN (UNIVED) BENGKULU

FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL

Jl. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Bengkulu Telp (0736) 22027

SURAT KEPUTUSAN

DEKAN FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL

Nomor : 303B /UNIVED.F-5/A-4/X/2024

TENTANG

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PADA FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU TA. 2024/2025**

DEKAN FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL

- Menimbang :
- Bahwa untuk menunjang kelancaran pelaksanaan penyusunan Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Jenjang Strata Satu (S-1) Universitas Dehasen Bengkulu, perlu ditunjuk Dosen pembimbing penyusunan Skripsi TA. 2024-2025
 - Bahwa nama dosen yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dianggap cakap dan mampu untuk melaksanakan tugas yang diembannya.
 - Bahwa untuk keperluan sebagaimana tersebut pada butir (a) di atas perlu ditetapkan dengan keputusan Dekan
- Mengingat :
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 37 tahun 2009 tentang Dosen
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI Nomor 44 tahun 2015 tentang standar Nasional Pendidikan Tinggi
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI No. 658/KPT/I/2017 tentang Izin Penyatuan Akademik Kebidanan Dehasen dan STIKes Dehasen ke Universitas Dehasen Bengkulu;
 - Keputusan Yayasan Nomor. 099/Y-D/B-2/X/2022 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
- Pertama : Menunjuk saudara-saudara :
- | | |
|------------------|-----------------------------|
| Nama | : Dilmal Putra, S.Sn.,M.Sn. |
| NIDN | : 0205058303 |
| Jabatan Akademik | : Asisten Ahli |
- Sebagai Dosen Pembimbing Utama (I)**
- | | |
|------------------|---------------------------------------|
| Nama | : Martha Heriniazwi Dianthi, M.I.Kom. |
| NIDN | : 0221099402 |
| Jabatan Akademik | : Tenaga Pengajar |
- Sebagai Dosen Pembimbing Pendamping (II)**
- Untuk membimbing Skripsi mahasiswa :
- | | |
|------|---------------------|
| Nama | : Reski Herdiansyah |
| NPM | : 21100042 |
- Judul Skripsi : **Peran Strategi Komunikasi Pimpinan PT, Enseval Putra Megatrading TBK Bengkulu dalam Memotivasi Karyawan.**
- Kedua : Mengesahkan judul skripsi tersebut di atas dengan ketentuan bahwa judul tersebut dapat dirubah atas petunjuk dan saran dari pembimbing serta melaporkannya kepada Ketua Program Studi masing-masing.
- Ketiga : Lamanya waktu bimbingan 6 (Enam) bulan terhitung sejak ditetapkannya keputusan ini.
- Keempat : Mahasiswa yang tidak dapat menyelesaikan skripsi sampai batas waktu yang telah ditetapkan, dinyatakan batal dan harus diajukan kembali seperti persyaratan baru.
- Kelima : Biaya bimbingan skripsi dibebankan kepada mahasiswa yang bersangkutan. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dengan ketentuan akan diperbaiki apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 15 Oktober 2024
Dekan

Dra. Maryaningsih, M.Kom.
NIP. 19690520 199402 2 001

Lampiran



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS ILMU - ILMU SOSIAL

Jalan Meranti Raya Nomor 32 Kota Bengkulu 38228 Telpn (0736) 22027, 26957
Fax. (0736) 341139

Bengkulu, 15 April 2025

Nomor : 246/UNIVED.F.5/A-4/IV/2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada:

Yth.

Di_

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pengumpulan data yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Ilmu Komunikasi (S1) Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu, mohon kiranya kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diperlukan kepada mahasiswa yang tersebut dibawah ini:

Nama : Reski Herdiansyah
NPM : 21100042
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu
Tempat Penelitian : PT. ENSEVAL PUTRA MEGATRADING TBK, BENGKULU
Waktu Penelitian : 15 April – 16 Mei 2025

Perlu kami beritahukan bahwa data yang dimaksud hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian saja dan tidak untuk dipublikasikan.

Demikian atas bantuan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terimakasih.

Dekan,

Dra. Maryaningsih, M.Kom.
NIP. 19690520199402 2 001



SURAT KETERANGAN
Nomor : 001110/ABM/EPM-BKL/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Reski Herdiansyah
NPM : 21100042
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Pimpinan PT. Enseval Putra
Megatrading, Tbk Bengkulu**

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu terhitung sejak tanggal 4 Mei 2025 dan selesai pada tanggal 20 Juni 2025.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bengkulu, 21 Juni 2025



PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING Tbk.
BENGKULU

R. Iskandar Zulkarnain
ABM Bengkulu

Lampiran :



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS ILMU - ILMU SOSIAL

Jln. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu , Telp. (0736) 22027

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : RESKI HERDIANSYAH Jenis Kelamin : L
NPM : 21100042
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Alamat : Desa kota Padang,kec. Manna,kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu
No. Telp / HP : 085669376312
Judul Tugas Akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA MEGATRADING, TBK BENGKULU
Semester Mulai : Gasal 2024/2025
Dosen Pembimbing : Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn. (Pembimbing Utama)
Dosen Penguji : MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom (Pembimbing Pendamping)
Riwayat Bimbingan : Pembimbing Utama

KE	TANGGAL BIMBINGAN	DOSEN	URAIAN BIMBINGAN	TTD	
				MHS	PEMB
1	2	3	4	5	6
1	02 Januari 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	Perjelas lagi Latar belakang, masukkan gambaran apa yang menjadi fenomena	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	04 Januari 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	ganti penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, serta jelaskan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	07 Januari 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	Deskripsikan kerangka berfikir, serta perjelas metode penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	14 Januari 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	ACC Ujian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	13 Mei 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	Analisisnya perkuat dengan menambahkan data hasil wawancara dari pimpinan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	16 Mei 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	Tambahkan foto/dokumentasi yang terkait, terutama bagian pemberian reward karyawan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	19 Mei 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	lengkapi lampiran dan Abstrak	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	20 Mei 2025	Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.	ACC Sidang	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



Mengetahui,

Pembimbing Utama
[Signature]
 Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn.
 NIDN: 0205058303



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS ILMU - ILMU SOSIAL

Jln. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu , Telp. (0736) 22027

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

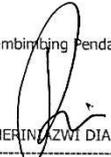
Nama Mahasiswa : RESKI HERDIANSYAH Jenis Kelamin : L
NPM : 21100042
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Alamat : Desa kota Padang,kec. Manna,kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu
No. Telp / HP : 085669376312
Judul Tugas Akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN PT. ENSEVAL PUTRA
 MEGATRADING, TBK BENGKULU
 LEADER COMMUNICATION STRATEGY PT. ENSEVAL PUTRA
 MEGA TRADING, TBK BENGKULU
Semester Mulai : Gasal 2024/2025
Dosen Pembimbing : Dilmal Putra, S.Sn., M.Sn. (Pembimbing Utama)
 MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom (Pembimbing
 Pendamping)
Dosen Penguji :
Riwayat Bimbingan : Pembimbing Pendamping

KE	TANGGAL BIMBINGAN	DOSEN	URAIAN BIMBINGAN	TTD	
				MHS	PEMB
1	2	3	4	5	6
1	27 Desember 2024	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Perbaiki latar belakang	SA	SA
2	28 Desember 2024	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Penelitian terdahulu belum relevan dan teori yang digunakan belum sesuai	SA	SA
3	29 Desember 2024	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Kerangka penelitian belum jelas dan sesuai	SA	SA
4	30 Desember 2024	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Bab 3 belum rapi	SA	SA
5	31 Desember 2024	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	ACC Dosen Pembimbing	SA	SA
6	03 Mei 2025	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Hasil Penelitian masih terlalu umum	SA	SA
7	06 Mei 2025	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Pembahasan masih kurang analisis	SA	SA
8	10 Mei 2025	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Rapikan penulisan	SA	SA
9	12 Mei 2025	MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom	Acc Dosen Pembimbing utama	SA	SA

Mengetahui,



Pembimbing Pendamping


 MARTHA HERINIAZWI DIANTHI, M.I.Kom
 NIDN: 0221099402

PEDOMAN WAWANCARA

A. Who (Siapa Komunikatornya)

1. Sebagai pimpinan, strategi komunikasi apa yang Bapak terapkan untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan motivasi PT. Enseval Putra Megatrading, TBK Bengkulu?
2. Selain Bapak, bagaimana atasan lain terlibat dalam komunikasi menerapkan strategi komunikasi yang sudah diprogramkan ?

B. Says What (Apa Pesannya)

1. Pesan utama apa yang Bapak sampaikan kepada karyawan dalam menjalankan strategi perusahaan sehingga karyawan termotivasi untuk bekerja?
2. Pesan yang disampaikan dalam bentuk apa saja dan isi pesan tersebut apa saja?

C. In Which Channel (Media yang Digunakan)

1. Media atau saluran komunikasi apa saja yang paling sering digunakan pimpinan dalam memotivasi karyawan PT. Enseval Putra Megatrading, TBK Bengkulu?
2. Media apa yang menurut Bapak paling efektif dalam menyampaikan pesan dan memotivasi karyawan PT. Enseval Putra Megatrading, TBK Bengkulu?

D. To Whom (Siapa Komunikannya)

1. Pesan yang disampaikan itu sasarannya kemana saja dan mengapa harus mereka ?
2. Apakah pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh seluruh karyawan ?

E. With What Effect (Mengharapkan Efek Apa)

1. Pesan apa saja yang didapat PT. Enseval Putra Megatrading, TBK Bengkulu dalam menerapkan strategi komunikasi untuk memotivasi karyawan?
2. Bagaimana menurut Bapak, apakah strategi komunikasi PT. Enseval Putra Megatrading, TBK Bengkulu berhasil diterima oleh karyawan ?

Lampiran :

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Dengan ABM PT. Enseval Bengkulu, Bp. Iskandar Zulkarnain



Wawancara Dengan Sekretaris PT. Enseval Bengkulu, Ibu Endang Sihombing



Wawancara Dengan Kepala Gudang PT. Enseval Bengkulu, Bp. Elpaner Lase



Wawancara Dengan Karyawan PT. Enseval Bengkulu, Bapak Yoyon H



Briefing Harian PT. Enseval Bengkulu



Doa Bersama Sebelum Bekerja di PT. Enseval Bengkulu

SURAT PERNYATAAN

1. Skripsi dengan judul :

Strategi Komunikasi Pimpinan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk Bengkulu

Adalah hasil dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.

2. Skripsi ini murni gagasan pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublish oleh orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 10 Juli 2025
Mahasiswa Yang Menyatakan



Reski Herdiansyah
NPM. 21100042