

**EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA KARYAWAN PADA PT ANUGRAH ARGON MEDICA**

Skripsi

Oleh

Erik Candra



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRACT

”The Effectivity of Internal Communication in Growing Employment’s Job at PT. Anugrah Argon Medica”

By

Erik Candra

The Communication in organization is a moreable condition cause with the communication will give effect people to coordination any activity and willing to catch the team and goal to somebody at company. In a assosiation or company internal communicatin is best way to turn by employment cause with an good communication can make a good will and it will influence the entire performance of the company in all aspect. then get mutual understanding by employment oportunity get the favourable. The purpose of internal communication is to pick employment has their jobdesk section to keep good communication by head office and employment.

The approach that used in this research is quantitative research and then it was conducted through survey methodology. This research population is using the definitive population that worked at PT Anugrah Argon Medica. which is the Sample is taken with purposive sampling technique which was directly given to the 52 correspondents who fulfill the criteria. Questioners in likert scale format were used to do the sampling technique and the collected data will be analyzed with the data frequency table.

As a result, this research is strengthened by the finding of profile by internal communication on grow up the employment jobdesk at PT. Anugrah Argon Medica, where the profile will be attached by scheduling time employment section worked at this company.

Keyword: Effectivity, Internal Communion, and Employment Job

ABSTRAK

”Efektifitas Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Anugrah Argon Medica”

Oleh

Erik Candra

Komunikasi dalam sebuah perusahaan adalah sesuatu yang sangat penting sebab dengan adanya komunikasi akan memungkinkan seseorang untuk dapat mengkoordinir suatu kegiatan dan menyampaikan maksud serta tujuan kepada orang lain. Dalam suatu perusahaan komunikasi internal adalah suatu hal penting yang harus dijalankan oleh karyawan, karena dengan adanya suatu komunikasi dapat menciptakan suatu kerja sama yang baik (*good will*) serta tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara atasan dan bawahan agar tercapai tujuan bersama yang saling menguntungkan (*favourable*).

Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi definitif yaitu seluruh karyawan yang bekerja di PT Anugrah Argon Medica. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang diberikan beberapa kriteria sehingga didapatkan responden sebanyak 52 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan skala *likert* lalu data yang telah terkumpul kemudian akan dianalisa dengan menggunakan Tabel Frekuensi Data.

Kemudian sebagai hasilnya, penelitian ini diperkuat dengan mendapatkan sebuah peranan komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja di PT. Anugrah Argon Medica. Hal ini dapat terlihat dengan adanya ketepatan waktu dalam proses pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.

Kata Kunci : Efektifitas, Komunikasi Internal, dan Kinerja Karyawan.

**EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA KARYAWAN PADA PT ANUGRAH ARGON MEDICA**

Oleh

Erik Candra

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT ANUGRAH ARGON MEDICA**

Nama Mahasiswa : **Erik Candra**

No. Pokok Mahasiswa : 0916031133

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Anna Gustina, S.Sos., M.Si.
NIP 19760821200003 2 001

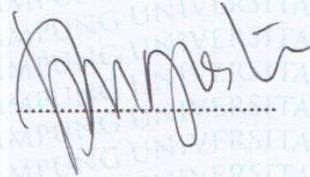
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 19760422 200012 2 001

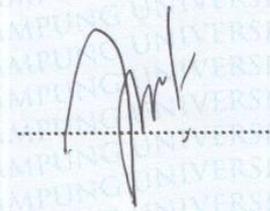
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Anna Gustina, S.Sos., M.Si.**

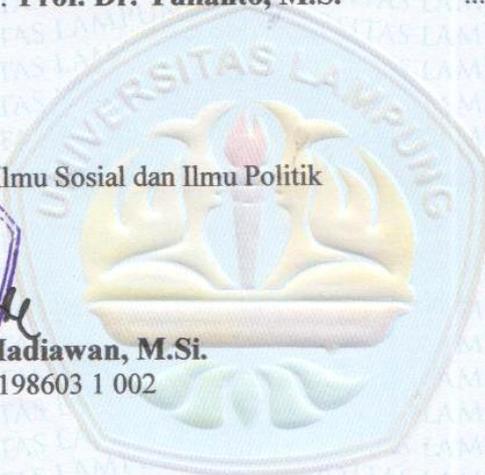


Penguji Utama : **Prof. Dr. Yulianto, M.S.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. H. Agus Hadiawan, M.Si.
NIP. 19580109 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Agustus 2016

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Erik Candra
NPM : 0916031133
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jln. Danau Tondano No. 35 Kedaton, Bandar Lampung
Nomor Telepon : 0822 9866 3996

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Efektifitas Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Anugerah Argon Medica**. adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 01 Agustus 2016

Saya yang menyatakan



Erik Candra

NPM. 0916031133

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Martapura pada tanggal 12 Juni 1989, anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Sujito (Alm) dan Ibu Emi Supemi. Penulis menyelesaikan pendidikan dasarnya di Sekolah Dasar Negeri 13 Martapura OKU Timur pada tahun 2001, Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama di Madrasah Tsanawiyah Negeri Martapura OKU Timur diselesaikan pada tahun 2004 dan Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Martapura OKU Timur Sumatera Selatan diselesaikan pada tahun 2007.

Pada tahun 2007 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Study Diploma 3 Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, setelah menyelesaikan Program Study Diploma 3 Hubungan Masyarakat tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan kejenjang sarjana tepatnya di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis juga melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (Magang) dan Penelitian di PT. Anugerah Argon Medica cab. Palembang pada tanggal 1 Juli sampai dengan 7 Agustus 2009 dan tanggal 01 September sampai dengan tanggal 07 September 2013.

MOTTO

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran.

(James Thurber)

UNTUK MENDPATKAN KESUKSESSAN, KEBERANIANMU HARUS LEBIH BESAR DARI
PADA KETAKUTANMU

(ERIK CANDRA)

Kebaikan tidak bernilai selama diucapkan, akan tetapi bernilai
sesudah diucapkan

(Erik Candra)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah S.W.T, kupersembahkan karya sederhana ku ini kepada :

- ❖ Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah mengenalkanku kepada Allah S.W.T dan mendidikku sedari untuk melakukan perintah serta laranganNya sesuai dengan ajaran agama. Yang selalu memberikan kasih sayangNya yang tiada ternilai harganya kepadaku, selalu menjaga, melindungiku dan merawatku dengan setulus hati dan selalu memberikan motivasi untuk maju agar dapat meraih cita-cita dan impianku. Aku sangat berterimakasih dan aku sangat menyayangi dan mencintai kalian.
- ❖ Untuk yuk Ida, yai Thomy yai Bai Melfi, dek Melisa, dan bang Syukri yang selalu membantu dan memberikan motivasi serta mendoakan keberhasilanku terima kasih untuk kebersamaannya, kalian merupakan bagian terpenting dalam hidupku.
- ❖ Empat keponakanku Muthia, Tasya, Rezi dan Alfie yang telah memberikan keceriaan dan kebahagiaan.
- ❖ Yang terhormat para Pendidikku.
- ❖ Almamater yang kubanggakan.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, karena atas berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **”Efektifitas Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Anugerah Argon Medica”**.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada Program Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dalam memperoleh data yang diperlukan, bimbingan, petunjuk dan saran, motivasi atau dorongan dari berbagai pihak baik itu secara langsung maupun tidak langsung dalam menyiapkan dan menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. H. Agus Hadiawan M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos, M.Comm&Media St, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Anna Gustina, S.Sos.,M.Si, selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Yulianto, M.Si selaku pembahas dan penguji skripsi penulis terimakasih atas bimbingannya Prof.

5. Bapak Drs Sarwoko, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama menduduki bangku kuliah.
6. Bapak Handoyoko Hindrawan, SE, selaku kepala cabang PT. Anugerah Argon Medica Palembang.
7. Ibu Eva Riani Ginting, selaku Kepala Sub Bagian Administrasi dan tim Adm yang lain serta tim Adm Gudang dan sub bagian-bagian yang lain, terimakasih atas bimbingan dan bantuannya dalam memberikan data yang diperlukan.
8. Ibunda tercinta Emi Supemi yang telah memberikan dorongan moril maupun materil selama penulis menuntut ilmu dan terima kasih atas doanya, mudah-mudahan almarhum Ayahanda senang dan tersenyum melihat keberhasilan kakak ya ma.
9. Yuk Ida, yai Thomy yai bai Melfi, dek Melisa, danbang Syukri yang selalu membantu dan memberikan motivasi serta mendoakan keberhasilanku terima kasih untuk kebersamaannya, kalian merupakan bagian terpenting dalam hidupku.
10. Empat keponakanku Muthia, Tasya, Rezi dan Alfie yang telah memberikan keceriaan dan kebahagiaan.
11. Bik As, Mang Dila, Bang Abi, dek Sari, dan dek Melin terima kasih yang sebesar-besarnya ya bik mang, sudah ngebimbing erik selama dilampung, mohon doanya selalu.
12. Keluarga besar Ayah Syaifuddin Muchtarom dan Mama Ema, mba Ika mas Kiki athanazlan, Uwik, Iyak, terima kasih banyak atas semua kebaikannya, sehat selalu buat kalian.
13. Saudara bimbingan skripsiku Dudu dan Adinda Robby (Arum) terimakasih telah membantu pemikiran dan tenaganya. Terimakasih banyak dan sukses selalu buat kalian.

14. Saudaraku di Jakarta khususnya di BTN : Pak Cucu, Pak Lutfi, KakRos, Tasya Yoda, Mira, SherlyAlil, Kiki, Wahyu,Ari, Intan, Sasa, Langnegara, dll terimakasih banyak.
15. Kanjeng Dewan Prov Lampung Garinca Reza Pahlevi S.IKom, Kanjeng Gusti dr. Tisa Maharani, Tn Pangeran Satria Nuban dan nakkeuw Tn Pangeran Gibran serta keluarga besar rumah biru kuning tondano, terimakasih banyak atas ajaran didikan serta penginapan setiap penulis kelampung.
16. Saudara satu angkatan 07 Dulur Fiqi Amel, Asep Ayudhia, Didik beserta istri, Dek Endra dan Keluarga, Ijal beserta istri, Roy beserta istri, Dadang beserta istri, Eka, Baironi, Hafiz beserta istri, dan Juniantama.
17. Teman, Kanda Dinda yang berproses di Organisasi HMI tercinta “kita berteman lebih dari saudara”
18. Teman-teman SMA ku di Martapura tercinta (BoSorima kembar Cuiy David Verly beserta istri, Rozaq, Gatot, Rio, Jhon, Marselly, Wahyu, Asong, Kiki dll) terimakasih saran dan kritiknya. Sukses broo..!!

Semoga semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh Bapak, Ibu dan semua rekan-rekan mendapatkan imbalan dari Allah S.W.T. Amin. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penulis khususnya.

Bandar Lampung, Agustus 2016

Penulis,

Erik Candra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Efektifitas	7
1. Pengertian Efektifitas	7
2. Pengukuran Efektifitas	9
B. Tinjauan Tentang Komunikasi	10
1. Tujuan Komunikasi	12
2. Komunikasi Organisasi	13
3. Komunikasi Internal	14
4. Jenis Keadaan Komunikasi	17
C. Tinjauan Tentang Kinerja	20
D. Tinjauan Tentang Karyawan	21
E. Kerangka Pikir	22

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian	26
B. Definisi Konseptual	27
C. Definisi Operasional	28
D. Lokasi Penelitian	29

E. Jenis Data.....	30
1. Data Primer.....	30
2. Data Sekunder	30
F. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel	31
G. Teknik Sampling	32
H. Teknik Pengumpulan Data	32
I. Teknik Pengolahan Data.....	33
J. Teknik Analisa Data	35

BAB IV. GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat PT. Anugrah Argon Medica	37
B. Visi dan Misi PT. Anugrah Argon Medica	39
C. Struktur Organisasi PT. Anugrah Argon Medica	40
D. Pembagian Tugas pada PT. Anugrah Argon Medica	42

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden	45
1. Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	48
C. Komunikasi Internal Pada PT. Anugrah Argon Medica.....	60
D. Kinerja Karyawan Pada PT. Anugrah Argon Medica	63
E. Keterkaitan Efektivitas Komunikasi Internal dan Kinerja Karyawan Pada PT. Anugrah Argon Medica	64

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
3. Instruksi Pimpinan Pada Saat Melakukan Pekerjaan	47
4. Arahan Pimpinan Pada Saat Melakukan Pekerjaan.....	48
5. Informasi Pimpinan Kepada Bawahan Dalam Urusan Pekerjaan ...	49
6. Laporan Kerja Dari Bawahn terkait Kepentingan Pekerjaan	49
7. Saran dan Pesan Dari Bawahan Menyangkut Pekerjaan	50
8. Pengaduan Dari Bawahan Mengenai Pekerjaan	51
9. Koordinasi Pekerjaan Antara Karyawan dengan Karyawan	52
10. Penyelesaian Masalah dari Perusahaan dalam Menyelesaikan Masalah Karyawan Terkait Pekerjaan.....	53
11. Informasi Mengenai Pekerjaan Melalui Sesama Karyawan	54
12. Penyelesaian Konflik Soal Pekerjaan Dari Perusahaan Kepada Karyawan	55
13. Kemampuan atau Potensi Diri Karyawan Dalam Menentukan Kinerja Pekerjaan	56
14. Background Pendidikan Karyawan Unsur Penting Untuk Menentukan Jenis Pekerjaan Bagi Karyawan	57
15. Strategi Perusahaan Untuk Melihat Motivasi Kerja Karyawan	57
16. Mental Kerja Karyawan Berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan Dalam bekerja	58
17. Disiplin Waktu Karyawan Menentukan Kinerja Karyawan di Perusahaan.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi dalam sebuah perusahaan adalah sesuatu yang sangat penting sebab dengan adanya komunikasi akan memungkinkan seseorang untuk dapat mengkoordinir suatu kegiatan dan menyampaikan maksud serta tujuan kepada orang lain. Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dalam tubuh suatu organisasi atau perusahaan, yakni antara pimpinan dengan bawahan yang berlangsung secara timbal balik.

Didalam suatu perusahaan komunikasi internal adalah salah satu hal penting yang harus dijalankan oleh karyawan, karena dengan adanya suatu komunikasi dapat menciptakan suatu kerja sama yang baik (*good will*) serta tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara atasan dan bawahan agar tercapai tujuan bersama yang saling menguntungkan (*favourable*). Untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi perlu adanya hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan.

Model komunikasi yang terencana baik, terorganisasi rapi, yang semakin efisien dan rumusan tujuan yang lebih jelas, serta sistem pengawasan yang terpadu merupakan konsep manajemen yang makin populer akhir-akhir ini. Perusahaan-perusahaan modern yang kebanyakan selalu memikirkan mengenai bagaimana sebaiknya membuat perencanaan komunikasi yang bisa saling melengkapi, terpadu, serta pengembangan organisasi yang efisien, mereka lazimnya telah melakukan tindakan-tindakan yang tepat sasaran. Antara lain dengan menciptakan jalur pengawasan komunikasi yang efektif, melalui dukungan data yang akurat dan dikembangkan secara sistematis dan terencana baik.

Pesan komunikasi dari pimpinan kepada karyawan bisa dilakukan secara lisan, tertulis, maupun gabungan dari kedua hal tersebut. Komunikasi lisan memiliki kelebihan dibandingkan dengan komunikasi tertulis, seperti mampu menjangkau jumlah karyawan yang banyak secara serentak dan dapat dimanfaatkan secara efektif untuk menciptakan suatu komunikasi diantara karyawan. Dengan komunikasi lisan memungkinkan terjadinya umpan balik yang langsung terjadi melalui pertanyaan dan penjelasan baik yang datang dari pimpinan maupun dari karyawan.

Komunikasi lisan antara pimpinan dan karyawan bisa dilakukan melalui rapat, pidato, diskusi, telpon dan sebagainya. Komunikasi tertulis bisa dilakukan melalui majalah perusahaan, papan pengumuman, slip upah dan gaji, memo, surat dan sebagainya. Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang lebih efektif dimata

pegawai, sebab melalui cara tersebut selain efisien juga paling disukai oleh karyawan.

Arus informasi dalam komunikasi karyawan di dalam perusahaan, selain dari pihak pimpinan kepada karyawan juga berjalan dari karyawan kepada pihak pimpinan. Komunikasi dari karyawan kepada pihak pimpinan berfungsi untuk menyampaikan pendapat karyawan, tentang masalah yang berkaitan dengan tugas serta kebijakan perusahaan. Adanya keterbukaan pimpinan kepada karyawan dan kesempatan yang diberikan kepada karyawan untuk menyampaikan gagasan, saran, kritik, serta keluhan-keluhan dapat membantu terciptanya lingkungan yang sehat dan terbuka. Kondisi demikian, dapat menciptakan sikap positif berupa kepercayaan terhadap pimpinan dan perusahaan pada diri karyawan.

Kinerja yang paling lazim dinilai dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah kinerja karyawan, yaitu bagaimana seorang karyawan melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu jabatan atau peranannya dalam suatu perusahaan. Ada dua jenis perilaku atau tugas pekerjaan mencakup unsur-unsur penting kinerja yaitu tugas fungsional dan tugas perilaku. Tugas fungsional berkaitan dengan seberapa baik seorang karyawan menyelesaikan seluk-beluk pekerjaan terutama penyelesaian aspek-aspek teknis pekerjaan tersebut. Tugas perilaku berkaitan dengan seberapa baik seorang karyawan menangani kegiatan antar personal dengan anggota lain dalam organisasi termasuk menangani konflik, mengelola waktu, memberdayakan orang lain, bekerja dalam sebuah kelompok dan bekerja sendiri.

Peranan komunikasi internal dalam hal ini efektivitas komunikasinya sangat diperlukan agar seluruh karyawan dapat memiliki gairah kerja yang tinggi sehingga terjalin kerjasama yang baik dan terdapat saling pengertian antara sesama karyawan juga antara pimpinan dan karyawan kemudian akan dapat meningkatkan kinerja karyawan tersebut.

PT. Anugerah Argon Medica merupakan perusahaan yang bergerak dibidang farmasi yaitu sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa distributor obat-obatan, peran komunikasi internal dalam hal ini menciptakan hubungan yang baik antar sesama karyawan dan karyawan pada atasan. Karena selama yang pernah diamati serta pimpinan perusahaan menilai masalah-masalah yang sering terjadi di PT. Anugerah Argon Medica adalah kurangnya komunikasi antar karyawan contohnya kurangnya tegur sapa antara karyawan dengan karyawan yang lain. Akibat dari kurangnya tegur sapa atau saling memotivasi dari para karyawan, itu akan dapat mengganggu proses kegiatan perusahaan sehingga melahirkan komplein dari konsumen atau pelanggan perusahaan. Agar kegiatan perusahaan berjalan dengan baik, peranan komunikasi internal sangat diperlukan guna menjalin hubungan yang harmonis antara pimpinan perusahaan dan karyawan.

Peranan komunikasi internal pada PT. Anugerah Argon Medica membantu menyalurkan informasi, saran-saran dan kritik yang sehat dari karyawan, dengan tujuan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih efektif. Pengelolaan komunikasi yang baik akan menimbulkan pengertian antara sesama karyawan juga antara pimpinan dan karyawan serta akan membantu karyawan untuk bekerja lebih

produktif, sehingga terciptanya pekerjaan yang lebih efektif. Tanpa pengelolaan komunikasi yang baik, pekerjaan akan menjadi terbengkalai sehingga tujuan dari suatu instansi tidak akan tercapai dengan baik.

Apabila proses komunikasi internal dapat dilaksanakan dengan baik maka kinerja karyawan akan meningkat sehingga mendorong timbulnya prestasi kerja dan kepuasan kerja kearah yang lebih baik. Sebaliknya pelaksanaan komunikasi internal yang kurang baik secara otomatis akan menghambat kinerja karyawan sehingga dalam pencapaian tujuan perusahaan tidak maksimal. Maka untuk pencapaian tujuan tersebut, perusahaan beserta karyawannya berupaya menjaga dan meningkatkan kinerja karyawan, dimana karyawan merupakan faktor utama yang menggerakkan kegiatan yang berjalan didalam perusahaan.

Dari uraian diatas maka permasalahan yang akan dibahas adalah ” Bagaimana Efektivitas Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Anugerah Argon Medica”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu Bagaimanakah Efektivitas Komunikasi Internal Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Anugerah Argon Medica?

C. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui Bagaimana Efektivitas Komunikasi Internal terhadap peningkatan kinerja karyawan pada PT. Anugerah Argon Medica.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penulisan ini yaitu :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini berguna untuk memperkaya khasanah penelitian serta sebagai penerapan Ilmu Komunikasi yang diperoleh peneliti dalam belajar di Universitas Lampung dan dapat memperluas pengetahuan atau menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi internal.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis dalam memberikan gambaran dan informasi mengenai efektivitas komunikasi internal terhadap peningkatan kinerja di Perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Efektifitas

1. Pengertian Efektifitas

Efektivitas akan menjadi jelas apabila memiliki arah dan tujuan untuk mencapai sesuatu yang diharapkan atau dengan kata lain untuk mencapai tujuan itu sendiri. Namun demikian pemahaman tentang efektivitas tersebut juga diartikan bermacam-macam misalnya untuk mengukur pencapaian tujuan secara kolektif seperti yang dilakukan dalam suatu organisasi, kemudian mengukur target-target yang telah dibuat dalam sebuah program maupun kegiatan tertentu. Sehingga makna efektivitas akan berbeda-beda sesuai dengan objek dan keperluannya.

Berdasarkan asumsi-asumsi tersebut, berikut ini akan dikemukakan beberapa konsep tentang efektivitas. Menurut Wahab dalam Arni Muhammad (2005:33) bahwa efektivitas pada umumnya digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam melakukan suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan, dengan demikian efektivitas merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk melihat tercapainya atau tidak tujuan atas program yang

telah ditentukan. Selain itu, bahwa efektivitas (*Effectiveness*), berkenaan dengan apakah suatu alternatif mencapai hasil (akibat) yang diharapkan, atau mencapai tujuan dari diadakannya tindakan. Wahab dalam Ami Muhammad (2005: 40) mengungkapkan bahwa Efektivitas (*Effectivity*), berkaitan dengan apakah pengalokasian sumber daya program untuk suatu tujuan tertentu memberikan masukan yang cukup untuk pencapaian tujuan.

Dari paparan diatas, dapat dilihat bahwa konsep efektivitas memiliki banyak makna dan kepentingan. Terdapat makna efektivitas sebagai pengukuran ketercapaian tujuan dan sasaran apakah telah sesuai dengan yang direncanakan. Kemudian ada pula yang menyatakan bahwa efektivitas berkaitan dengan pencapaian dampak yang diharapkan serta digunakan sebagai ukuran tercapainya target suatu program atau kegiatan. Oleh karena itu berdasarkan definisi-definisi dari pakar diatas, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini efektivitas berkenaan dengan menguji dan menilai sejauh mana suatu pembangunan mencapai hasil (akibat) yang diharapkan, atau mencapai tujuan dari diadakannya tindakan dengan melalui ukuran yang telah ditetapkan sesuai dengan keperluan.

2. Pengukuran Efektivitas

Melihat konsep efektivitas dapat berbeda dalam setiap pemaknaannya, maka dalam hal pengukuran efektivitaspun berbeda-beda sesuai dengan kepentingan program, kegiatan maupun organisasi itu sendiri. Mengukur efektivitas bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, karena efektivitas sendiri dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan cenderung pada siapa yang menilainya. Bagi seorang manajer produksi efektivitas seringkali berarti kualitas dan kuantitas barang dan jasa. Sedangkan bagi seorang ilmuwan efektivitas dijabarkan dengan jumlah paten, penemuan atau produksi baru. Dengan kata lain efektivitas mempunyai arti yang berbeda-beda bagi setiap orang tergantung pada kerangka acuan mana yang dipakainya. Oleh karena itu tidak ada persetujuan universal mengenai apa yang dinamakan efektivitas itu.

Dalam hal pengukuran efektivitas diketahui bahwa efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Dimana indikator dalam efektivitas yang dimaksud adalah menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*outcome*), dari keluaran (*output*) program dalam mencapai tujuan program.

Pusat Penelitian Sumber Daya Manusia Universitas Padjajaran Bandung mengemukakan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah dicapai. Semakin besar persentasi target tercapai, semakin tinggi efektivitasnya. Lebih lanjut

bahwa: “ Efektif (berhasil guna) adalah untuk menyatakan bahwa kegiatan telah dilaksanakan dengan tepat dalam arti target tercapai sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan (target seperti peningkatan produksi, income bertambah, jumlah pegawai terdidik meningkat, jumlah keputusan yang dikeluarkan bertambah dan lain-lain), namun target-target yang telah tercapai itu tentu saja harus disesuaikan dengan peningkatan mutu.”

Selanjutnya Wahab dalam Ami Muhammad (2005:65) menyatakan efektivitas adalah ukuran berhasil atau tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. Hal terpenting yang perlu dicatat adalah bahwa efektivitas tidak menyatakan tentang seberapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Biaya boleh jadi melebihi apa yang telah dianggarkan, akan tetapi asal hasilnya sesuai dengan rencana dan harapan, maka dapat dikatakan efektif. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

B. Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan dasar dari setiap usaha manusia karena apabila komunikasi kurang lancar akan menyebabkan kesulitan dalam bekerja sama. Istilah komunikasi sebenarnya berasal dari kata ”*Communicare*” yang berarti sama. Apabila kita akan mengadakan komunikasi dengan pihak lain, maka kita harus menentukan terlebih dahulu suatu sasaran yang menjadi dasar untuk

memperoleh pengertian yang sama. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai percakapan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. (Onong Uchjana Effendy, 1999:9).

Beberapa pengertian menurut para ahli tentang pengertian komunikasi yaitu :

1. Menurut pendapat Eduard Depari, Ph. D komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti, penyampaian pesan yang ditujukan pada penerima pesan dimaksud untuk mencapai kebersamaan. (AW. Widjaja, 1986:2).
2. Drs. Malayu SP Hasibuan (1984:216), sendiri menyatakan komunikasi adalah suatu alat untuk menyampaikan ide, pesan, perintah, berita, informasi dari seseorang kepada orang lain agar diantara mereka terdapat interaksi.
3. Komunikasi suatu proses yang mencakup penyampaian dan penyalinan dari ide-ide dengan maksud untuk menimbulkan tindakan-tindakan yang akan mencapai tujuan komunikasi secara efektif. (Tarsis Tarmuji, 1988:25).

Dari pendapat para ahli tentang komunikasi diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses untuk menyampaikan suatu pesan, ide, perintah, berita yang disampaikan dari seseorang kepada orang lain

agar didapatkan suatu interaksi yang baik yang menyebabkan tujuan dapat dicapai dengan baik.

1. Tujuan Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, apabila kita sebagai pimpinan suatu perusahaan maka kita sering berhubungan dengan masyarakat banyak. Dalam hal ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan tercapai dengan baik.

Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan yaitu :

1. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti apa yang kita maksudkan.
2. Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain, maka kita harus melakukan pendekatan kepada orang lain dan tidak memaksakan kehendak kepada orang lain.
3. Memahami orang lain, sebagai pimpinan kita harus mengetahui apa yang menjadi aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, dengan demikian secara tidak langsung kita sudah mendorong dan memotivasi mereka untuk melakukan sesuatu. (AW. Widjaja, 1986:10).

2. Komunikasi Organisasi

Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut, *"organizational communication is the process of creating and exchanging message within a network of interdependent relationship to cope with enviromental uncertainty"*. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Dimensi komunikasi dalam organisasi terdiridari dua jenis yaitu, Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal. Organisasi sebagai kerangka menunjukkan adanya pembagian tugas antaraorang-orang didalam organisasi itu dan dapat diklasifikasikan sebagai tenaga pimpinan dan tenaga yang dipimpin. Untuk menyelenggarakan dan mengawasi pelaksanaan tujuan yang akan dicapai, manajer atau administrator mengadakan peraturan sedemikian rupa sehingga ia tidak perlu berkomunikasi langsung dengan seluruh karyawan. Ia membuat kelompok-kelompok menurut jenis pekerjaannya dan mengangkat seorang sebagai penanggung jawab atas kelompoknya. Dengan demikian pimpinan cukup berkomunikasi dengan para penanggung jawab kelompok serta besarnya kelompok bergantung pada besar kecilnya organisasi.

3. Komunikasi Internal

Setelah kita mengetahui definisi dan tujuan komunikasi, untuk memperjelas kajian mengenai peranan komunikasi internal, maka penulis akan memaparkan pengertian komunikasi internal.

Beberapa pengertian komunikasi internal menurut beberapa ahli yaitu :

1. Komunikasi internal yang didefinisikan oleh Lawrence D. Brennan ialah: pertukaran diantara para administrator dan karyawan di dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya suatu perusahaan atau jawatan itu secara lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen). (Onong Uchjana Effendy, 1989:122).
2. Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dalam tubuh organisasi atau perusahaan, yakni antara pimpinan dengan bawahan yang berlangsung secara timbal balik. (Onong Uchjana Effendy, 1989:17).

Dapat ditarik kesimpulan komunikasi internal yaitu komunikasi yang berlangsung didalam suatu organisasi. Jadi, komunikasi ini hanya terjadi di dalam lingkungan organisasi atau perusahaan itu sendiri.

Kegiatan internal menurut I.G Wursanto (1998:33) mempunyai tujuan untuk mempererat hubungan antar pimpinan dengan para karyawannya, antara atasan dan bawahannya, antara sesama karyawannya/ semua yang terlibat dalam

publik intern, sehingga menimbulkan kegairahan kerja. Hal ini dapat diciptakan dengan jalur komunikasi secara terus menerus.”

Peranan komunikasi internal di dalam suatu perusahaan sangatlah penting untuk meningkatkan kinerja pegawai, maka keberadaan dan penerapan komunikasi internal sangatlah dibutuhkan, antara lain dengan penerapan dan pendekatan yang dilakukan oleh masing-masing pihak yang berada di perusahaan tersebut, yaitu dengan cara :

1. Pimpinan selalu berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan seluruh karyawan. Begitu pula sebaliknya dengan sesama karyawan.
2. Pimpinan selalu berusaha mengadakan pertukaran informasi dengan karyawan melalui media-media yang terdapat di perusahaan tersebut.
3. Karyawan dapat menyampaikan pendapat, keinginan serta saran kepada pimpinan perusahaan, baik melalui media-media yang berada di perusahaan maupun secara langsung. Sehingga pimpinan dapat mengetahui kendala yang sedang dihadapi karyawan di dalam bekerja dan menjadi masukan bagi pimpinan perusahaan.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat dilihat tujuan dan kegiatan internal adalah mempererat hubungan para karyawan/ publik yang terlibat sehingga menimbulkan kegairahan kerja dan dukungan yang baik dari para publik serta dilakukan dengan cara komunikasi, yang dilakukan secara internal dan terus menerus.

Komunikasi Internal lebih lanjut disebut sebagai komunikasi karyawan/*Employee Communication*, memiliki tiga bentuk komunikasi yaitu :

1. Komunikasi kebawah (*Downward Communication*) yaitu dari pihak pimpinan instansi atau perusahaan kepada karyawan. Misalnya: berupa intruksi atau perintah pimpinan tentang suatu pekerjaan yang diberikan kepada bawahannya. Media komunikasi yang digunakan dalam bentuk lisan (intruksi dan perintah), dan tulisan (nota perusahaan dan peraturan perusahaan).
2. Komunikasi keatas (*Upward Communication*), yaitu dari karyawan kepada pimpinan perusahaan, misalnya dalam bentuk laporan dari hasil pekerjaan dan saran dari karyawan kepada pimpinan.
3. Komunikasi sejajar (*Sideway Communication*), antara sesama karyawan misalnya informasi mengenai pekerjaan atau kegiatan lainnya. Media komunikasi yang digunakan adalah pengumuman. (Onong Uchjana Effendy, 1989:17).

Komunikasi internal dalam perusahaan atau organisasi dirasakan perlu untuk dilakukan, karena dengan komunikasi internal dapat dibina hubungan yang harmonis dan menjalin kerjasama yang dapat menimbulkan saling pengertian, kepercayaan, kesamaan tujuandikedua belah pihak sehingga timbul kesadaran dari para karyawan untuk bekerja secara sungguh-sungguh dan memiliki gairah kerja yang tinggi, yang meliputi disiplin kerja, inisiatif kerja, serta prestasi kerja yang tinggi.

4. Jenis keadaan Komunikasi

Dilihat dari jenis keadaannya, komunikasi internal terbagi menjadi dua yaitu :

1. Komunikasi Formal, adalah komunikasi yang dilakukan mengikuti rangkaian hierarki formal organisasi serta ada hubungannya dengan pembagian tugas dan tanggung jawab. Komunikasi ini hanya dapat dilakukan dalam organisasi formal, baik organisasi perusahaan maupun organisasi pemerintah. Isi komunikasi formal ini berkaitan dengan hal-hal yang resmi mengenai tugas dan tanggung jawab dari satuan-satuan organisasi. (Malayu SP. Hasibuan, 1984:233).

Dalam berkomunikasi diperlukan media pembawa berita, gagasan-gagasan dan informasi. Media komunikasi tersebut dapat berupa manusia, surat, radio, dan satelit komunikasi. Adapun media komunikasi formal yang sering digunakan oleh perusahaan/ instansi adalah :

1. Wawancara yang teratur dan khusus
2. Pertemuan-pertemuan massa
3. Pertemuan-pertemuan departemental
4. Konferensi
5. Pembicaraan melalui telpon
6. Majalah-majalah dan buku pedoman perusahaan
7. Publikasi tentang pegawai, rencana pensiun, asuransi dan tabungan

8. Keterangan tertulis dan papan pengumuman
9. Laporan tahunan pegawai
10. Poster-poster dan surat langsung dikirim perpos.

Adapun ciri-ciri komunikasi formal (Winardi, 1986:386) adalah :

1. Komunikasi formal bersumber dari perintah-perintah resmi dan perintah tersebut hanya diberikan oleh orang-orang yang berwenang.
 2. Bahwa komunikasi formal bertalian erat dengan masalah proses penyelenggaraan kerja dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.
 3. Dalam praktek komunikasi formal lebih ditonjolkan penggunaan komunikasi serta sarana yang dipergunakan pada umumnya menggunakan surat.
2. Komunikasi Informal, adalah komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan oleh struktur organisasi. I.G Wursanto (1987:105) Komunikasi akan dapat menyebar dengan cepat dan tidak memperhatikan rantai hierarki formal organisasi serta tidak berkaitan dengan masalah tugas dan laporan. Informasi akan dapat menyebar dari mulut ke mulut sebagai berita-berita, kabar-kabar angin dan desas-desus yang terkadang bertentangan dengan kepentingan perusahaan.

Komunikasi informal ini bisa berfungsi untuk mengadakan hubungan dimana jika pimpinan dapat memanfaatkannya dengan baik, dapat memperlancar komunikasi formal. Komunikasi secara informal timbul karena adanya :

1. Rasa hormat pribadi antara anggota,
2. Adanya rasa kekeluargaan, senasib, seinstansi dalam lingkungan suatu perusahaan,
3. Dilakukan oleh para pejabat dengan menyimpang dari struktur organisasi yang resmi.

Dapat diambil kesimpulan bahwa yang termasuk dalam komunikasi informal yaitu :

1. Komunikasi yang dilakukan oleh para anggota dalam suatu organisasi ini atas kehendak sendiri.
2. Komunikasi yang dilakukan oleh pejabat-pejabat dengan menyimpang dari struktur organisasi formal.
3. Komunikasi yang dilakukan oleh para pegawai/ karyawan dengan mengadakan penyimpangan terhadap peraturan-peraturan tertentu untuk kepentingan organisasi.

C. Tinjauan Tentang Kinerja

Ada beberapa definisi tentang kinerja dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997:503) diantaranya yaitu :

1. Kemampuan kerja atau *performance*.
2. Sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan atas kemampuan kerja
Kinerja merupakan hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau kriteria yang disepakati bersama.
3. Kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki.

Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kinerja pegawai/karyawan menurut Drs. Musanef (1994:169) yaitu:

1. Hadir tepat jam kerja
2. Melaksanakan tugas sebaik-baiknya
3. Melaksanakan hubungan kerja sama antar karyawan
4. Disiplin dalam bekerja.

Beberapa petunjuk untuk melihat kinerja yang baik, adalah perusahaan yang karyawannya memiliki kinerja yang tinggi biasanya memiliki kecakapan dibidang tugas, keterampilan melaksanakan tugas, pengalaman dibidang tugas, bersungguh-sungguh melaksanakan tugas kesegaran jasmani dan rohani, melaksanakan tugas secara berdaya guna serta hasil kerja yang melebihi yang telah ditetapkan. (Musaneff, 1994:176)

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawan. Jadi kinerja juga dapat diartikan sebagai aspek pendukung dalam perkembangan sebuah perusahaan menjadi lebih baik karena kinerja karyawan menjadi tolak ukur dalam menentukan langkah-langkah dikemudian hari untuk meningkatkan image yang baik dan pencapaian tujuan dari perusahaan tersebut. Dan dari penjelasan diatas dapat terlihat bahwa kinerja karyawan tercermin pada kecakapan, keterampilan dibidang tugas, berpengalaman, bersungguh-sungguh dalam bekerja dan memiliki kesehatan jasmani dan rohani.

D. Tinjauan Tentang Karyawan

Disetiap perusahaan tentu memiliki karyawan yang bekerja pada unit-unit kerja yang terdiri dari Sumber Daya Manusia (SDM yang berkualitas). Tetapi tidak semua karyawan/pegawai memiliki kemampuan dan keahlian yang sama. Biasanya pada instansi pemerintahan dan perusahaan yang dipentingkan adalah kualitas dari sumber daya manusia pegawainya, karena dengan pegawai/ karyawan

yang mempunyai kualitas yang baik akan mempercepat tujuan dari perusahaan atau instansi tersebut.

Ada beberapa pengertian pegawai/karyawan menurut beberapa ahli yaitu :

1. Pegawai/ Karyawan adalah suatu bagian yang memberikan bantuan kepada setiap pimpinan di dalam masalah kepegawaian dan membantu mengurus hal-hal yang berhubungan dengan kepegawaian.
2. Pegawai/Karyawan adalah mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan, diangkat, digaji menurut peraturan perusahaan yang berlaku dan dipekerjakan dalam suatu jabatan.

Secara umum pengertian pegawai/karyawan adalah menunjuk kepada pekerjaan seorang pegawai/karyawan atau pekerja pada suatu instansi atau perusahaan swasta baik ditingkat pusat maupun daerah.

Jadi pegawai/karyawan dapat diartikan bagian yang memberikan bantuan berhubungan dengan instansi atau perusahaan yang memenuhi syarat yang bekerja didalam organisasi perusahaan atau instansi untuk meningkatkan atau mencapai tujuan perusahaan atau instansi tersebut.

E. Kerangka Pikir

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, tanpa adanya komunikasi tidak akan terjadi saling tukar menukar informasi, pengetahuan, dan pengalaman. Dengan komunikasi pula manusia dapat

membentuk rasa saling percaya, saling pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan serta melestarikan peradaban (Onong Uchyana Effendy dalam I G Wursanto, 1998:18).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian dan keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. (Onong Uchyana Effendy dalam I G Wursanto, 1998:11).

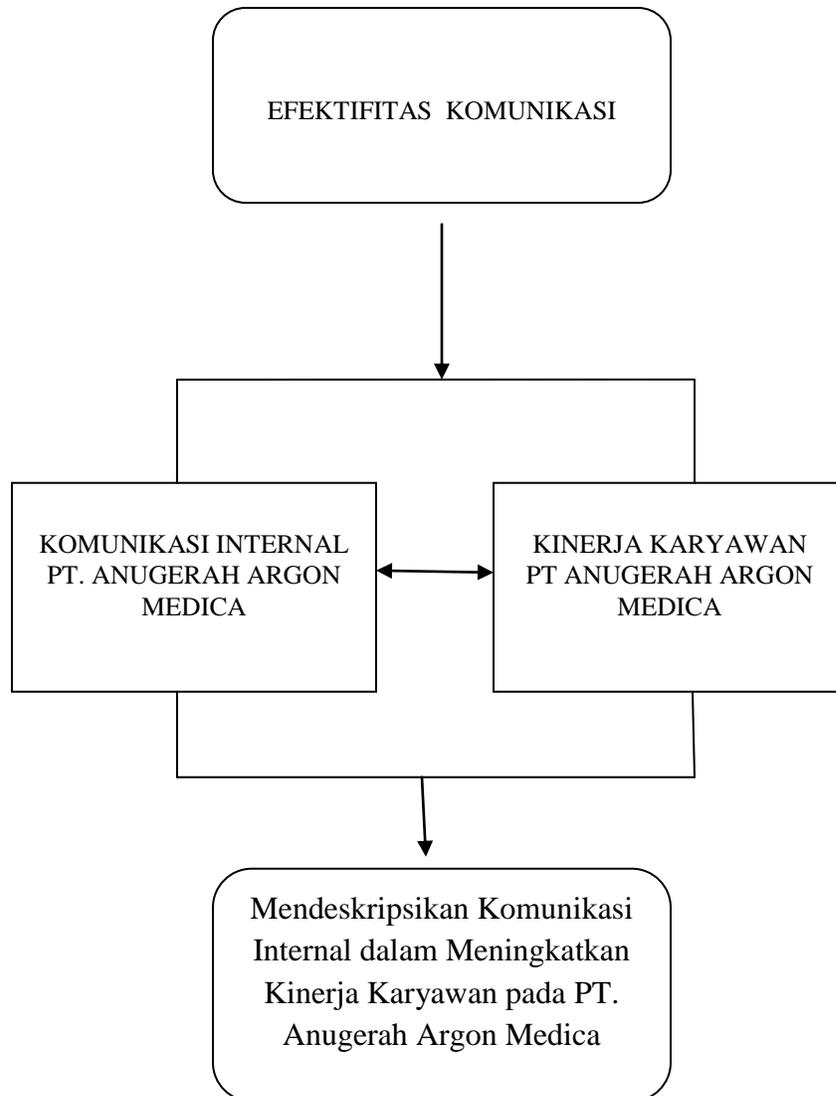
Didalam suatu perusahaan komunikasi internal adalah salah satu hal penting yang harus dijalankan oleh karyawan, karena dengan adanya suatu komunikasi dapat menciptakan suatu kerja sama yang baik (*good will*) serta tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara atasan dan bawahan agar tercapai tujuan bersama yang saling menguntungkan (*favourable*).

Komunikasi internal digunakan sebagai salah satu cara yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi yang dijalankan oleh semua pihak yang terkait dalam suatu perusahaan atau organisasi, mulai dari pimpinan tertinggi sampai dengan bawahan dengan jabatan terendah. Komunikasi internal terjadi tanpa memandang jenjang, jabatan, wewenang dan bebas tanpa adanya tekanan dari berbagai aspek. Pada faktanya, komunikasi ini cenderung berbentuk

komunikasi antar personal dan hal tersebut sangat membantu dalam meningkatkan kinerja karyawan.

Komunikasi yang baik dilakukan dengan cara berusaha mengenal pihak-pihak lain dan memahami satu sama lain sebagaimana adanya. Pimpinan harus bisa memahami pegawai serta mampu mengambil simpatik dari pihak lain. Sebaliknya dengan para pegawai pun, harus mampu menjalankan tugas yang dibebankan kepadanya dengan baik sesuai dengan target yang telah direncanakan. Situasi seperti ini, tidak hanya dilakukan dengan cara berbicara atau memberikan respon saja, tetapi didalam situasi tersebut setiap orang harus dapat berbagi inspirasi, opini-opini, kegembiraan dan kesediaan untuk saling membantu satu dengan yang lainnya.

Dari penjelasan di atas maka dapat dinyatakan bahwa komunikasi internal sangat perlu dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menciptakan suasana yang tenang dan nyaman serta suasana yang kondusif bagi para karyawan sehingga mereka dapat bekerja dengan giat dan dapat meningkatkan kinerja mereka, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka bagan kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian deskriptif menurut Moh. Nasir (1998:61) adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu. Dalam penelitian macam ini landasan teori mulai diperlukan tetapi bukan digunakan sebagai landasan untuk menentukan kriteria pengukuran terhadap gejala yang diamati dan akan diukur. Lebih lanjut lagi, penelitian ini memusatkan perhatian kepada masalah aktual dan peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Sedangkan pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan Penelitian Kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang dikaitkan dengan fenomena alam. Penelitian kuantitatif banyak digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk menunjukkan

hubungan antar variabel, dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal, baik itu dalam ilmu-ilmu alam maupun ilmu-ilmu sosial. Selain itu Penelitian kuantitatif menyajikan proposal yang bersifat lengkap, rinci, prosedur yang spesifik, literatur yang lengkap dan hipotesis yang dirumuskan dengan jelas. Pada penelitian kualitatif, proposalnya lebih singkat dan tidak banyak kajian literatur, pendekatan dijabarkan secara umum, dan biasanya tidak menyajikan rumusan hipotesis.

B. Definisi Konseptual

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Effendy (1982 : 121), definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep dilapangan. Berdasarkan definisi tersebut maka definisi konsep penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki.
2. Komunikasi Internal adalah komunikasi yang terjadi dalam tubuh organisasi atau perusahaan, yakni antara pimpinan dengan bawahan yang berlangsung secara timbal balik

C. Definisi Operasional

Moh. Nazir (1998 : 152) menyatakan bahwa “ definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut”.

Definisi operasional digunakan sebagai petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Oleh karena itu, dengan membaca definisi operasional dalam suatu penelitian, maka akan mengetahui indikator-indikator variabel tersebut. Penelitian ini, peneliti akan melihat Bagaimana Efektifitas Komunikasi Internal terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT Anugerah Argon Medica.

Berdasarkan definisi diatas, maka definisi operasional dari konsep-konsep dalam penelitian ini akan dilakukan dengan memberikan gambaran bagaimana konsep-konsep tersebut diukur secara objektif dengan kategorisasi yang sistematis. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Komunikasi internal pada PT. Anugerah Argon Medica, yang dilihat dari :
 - A. Komunikasi Secara Vertikal yang meliputi :
 1. Instruksi dari pimpinan terhadap bawahan
 2. Arahan-arahan pimpinan terhadap bawahan
 3. Informasi yang diberikan pimpinan kepada bawahan
 4. Laporan kerja dari bawahan terhadap atasan

5. Saran dan pesan dari bawahan terhadap atasan
 6. Pengaduan-pengaduan dari bawahan kepada atasan
- B. Komunikasi Secara Horizontal yang meliputi :
1. Koordinasi antara karyawan dengan karyawan
 2. Penyelesaian masalah dengan tim kerja
 3. Informasi sesama karyawan
 4. Penyelesaian konflik
2. Kinerja pegawai pada PT. Anugerah Argon Medica, yang dilihat dari :
- a. Kemampuan atau potensi diri karyawan
 - b. Background pendidikan karyawan
 - c. Motivasi kerja karyawan
 - d. Mental kerja karyawan
 - e. Disiplin waktu karyawan

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Anugrah Argon Medica (AAM) terletak di Jl. AKBP. Cek Agus No. 6534 RT. 49 Kel. 8 ilir Kec. Ilir timur II Palembang, Sumatera Selatan. Terkait dengan hal tersebut maka yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah karyawan dan pimpinan dari berbagai bagian di perusahaan.

E. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini di bagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada perusahaan, yakni data yang didapat dari keterangan atau penjelasan yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah implementasi perusahaan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung dan mencari fakta yang sebenarnya. Data-data tersebut dapat bersumber dari dokumentasi berupa majalah, surat kabar, buku arsip, situs internet dan sumber lainnya yang mendukung.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu telah ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Singarimbun Efendi (1982:108) populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya dapat diduga. Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi

definitif yaitu seluruh pimpinan dan karyawan di PT. Anugrah Argon Medica dimana jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini adalah 106 jiwa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil secara proporsional untuk diamati dalam suatu penelitian. Pengambilan sampel dilakukan setelah dilaksanakan penentuan unit analisis penelitian. Menurut Jalaludin Rakhmat (1985:90) sampel adalah cerminan dari semua unsur populasi secara proporsional atau bagian yang diamati. Penarikan sampel dilakukan setelah menentukan satuan analisis (*unit of analysis*). Bila dalam sebuah penelitian satuan analisisnya adalah populasi maka kita memilih seluruh atau sejumlah populasi sebagai sampel.

Mengacu pada pendapat diatas, maka yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd_2 + 1}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 d = nilai presisi

Sehingga didapat hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{106}{1 + 106 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{106}{106}$$

$$n = \frac{1 + 106 (0,10)^2}{1 + 1,06}$$

$$n = \frac{106}{2,06}$$

$$n = 51,45631$$

$$n = 52$$

Sesuai dengan hasil penentuan sampel diatas, untuk memudahkan pengolahan data maka jumlah sampel pada penelitian ini penulis bulatkan menjadi 52 orang.

G. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan cara yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik sampling stratified dengan jenis sampling acak berlapis proporsional, dengan pertimbangan bahwa proporsi sampel pada tiap strata atau lapisan sama. Dalam teknik sampling secara strata proporsional, maka pada setiap strata diambil sampel yang sebanding dengan besar populasi setiap strata.

H. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian didapat melalui penerbitan atau arsip serta literature, dan juga dilakukan dengan cara:

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui cara ini, dilakukan dengan mengajukan Tanya jawab secara langsung dengan sejumlah narasumber yang dianggap

layak atau relevan dengan penelitian ini. Teknik wawancara ini dilakukan secara terbuka dan mendalam untuk member kesempatan kepada yang diwawancarai untuk menjawab secara bebas. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh kejelasan yang belum didapat dari sumber-sumber data dokumentasi dan untuk mendapatkan pengertian serta kejelasan yang lebih mendalam tentang realitas yang sesungguhnya dari obyek yang diteliti. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan karyawan perusahaan yang menjadi tempat penelitian.

2. Quisioner/Angket

Teknik pengumpulan data ini mempunyai kesamaan dengan tekni wawancara. Quisioner/angket dilakukan secara tertulis. Angket disebarakan langsung ke seluruh karyawan PT. Anugrah Argon Medica.

Data sekunder merupakan data yang diperlukan oleh peneliti untuk melengkapi data primer yang diperoleh melalui studi pustaka kajian-kajian iliah berupa teori-teori pendukung, literatur-literatur dan refrensi yang berkaitan dengan penelitian.

I. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan tindak lanjut setelah pengumpulan data dari lapangan dengan melalui beberapa tahap pengolahan data dengan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Editing

Editing merupakan proses pemeriksaan data-data yang telah diisi dan dijawab oleh responden. Dimana dalam proses penelitian peneliti memeriksa data yang telah peneliti dapatkan kemudian melakukan pemeriksaan ulang mengenai jawaban yang dijawab oleh responden, sehingga peneliti mendapatkan jawaban terbaik yang diberikan responden dari proses penelitian.

2. Koding

Mengklasifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan memberikan tanda-tanda khusus pada data yang sesuai dengan kategori yang sama. Dalam tahap ini peneliti melakukan pengelompokan pertanyaan dengan hasil jawaban responden untuk kemudian disesuaikan dengan seluruh hasil jawaban dengan mengkategorikan masing-masing pertanyaan yang peneliti berikan.

3. Tabulasi

Proses ini merupakan pengelompokan jawaban-jawaban yang serupa secara sistematis untuk dihitung jumlah yang masuk sebagai kategori dengan membuat tabel tunggal dan silang. Dimana pada saat proses penelitian setelah mendapatkan jawaban responden dan melakukan dua tahapan diatas langkah selanjutnya yang peneliti lakukan yaitu mengelompokkan masing-masing jawaban responden yang disesuaikan dengan proses pembuatan tabel dari hasil pertanyaan yang peneliti ajukan.

4. Interpretasi

Interpretasi data merupakan tahapan memberikan penafsiran atau penjabaran dari data yang diperoleh agar dapat dimengerti oleh pembaca. Proses ini merupakan tahapan akhiran yang kemudian peneliti lakukan dalam proses pengolahan data. Dimana peneliti menyesuaikan semua hasil jawaban responden kemudian peneliti melakukan penjabaran dari bentuk tabel menjadi sebuah uraian pembahasan guna memudahkan pembaca.

J. Teknik Analisa Data

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Effendy, analisis data adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (1982:213). Sesuai dengan penelitiannya maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dibantu dengan table distribusi frekuensi.

Teknik analisis ini dilakukan dengan cara memasukan data-data yang diperoleh dari lapangan ke dalam table-table distribusi frekuensi. Analisis data ini menggunakan analisis kualitatif, dimana interpretasi data tidak diolah dengan rumus atau ketentuan statistic tetapi data-data dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya (natural setting) dengan tidak dirubah dalam bentuk symbol atau bilangan.

Analisis kualitatif mengacu pada data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner, wawancara, dokumentasi dan pengamatan yang didukung oleh logika dan akal sehat di dalam interpretasinya, selain didukung oleh literatur yang memadai yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk mengetahui dan menghitung frekuensi dari masing-masing item pertanyaan, maka digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Frekuensi pada klasifikasi atau kategorisasi variasi bersangkutan

N = jumlah frekuensi dari seluruh kategori variasi

(Soerjono Soekanto, 1986:269).

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat PT. Anugrah Argon Medica

Dalam perkembangan dunia pendistribusian terutama dalam bidang farmasi Indonesia, pada awalnya antara pabrik produksi dan pendistribusian (penyaluran barang produksi) itu satu tempat badan hukum, termasuk dalam hal penjualan produk. Semua kegiatan beberapa perusahaan yang bergerak dibidang farmasi terutama PT. Dexa Medica sangat terganggu dan terbatas dalam hal pendistribusian (penyaluran barang produksi).

Pada tahun 1980, menteri kesehatan Indonesia mengeluarkan peraturan baru, menyatakan bahwa distribusi atau operasi besar-besaran dari sebuah perusahaan farmasi harus dilakukan oleh badan hukum yang terpisah. Menanggapi surat keputusan menteri kesehatan, maka PT. Dexa Medica mendirikan PT. Anugrah Argon Medica (selanjutnya akan disebut PT. AAM). Dengan adanya PT. AAM ini maka di pendistribusian farmasi yang semula dilakukan sendiri oleh PT. Dexa Medica menjadi lebih bergairah dalam menjalankan pekerjaan mereka yaitu dalam penjualan barang produksi.

Awal sejak didirikan oleh PT Dexa Medica, PT. AAM telah melakukan peran pentingnya dalam meliputi operasi distribusi dan membangun hubungan baik dengan pelanggan PT. AAM. Peraturan Pemerintah baru ini menciptakan kesempatan bagi PT. AAM tidak hanya mendistribusikan produk Dexa Medica, tetapi juga banyak lagi produk perusahaan lain yang membutuhkan jasa PT. AAM, baik lokal maupun perusahaan asing. Sampai kini ada 12 perusahaan yang bekerja sama dengan PT. AAM dalam hal pendistribusian barang.

Selain itu, pada tahun 1993, peraturan pemerintah yang lain memperbolehkan perusahaan distributor untuk mengimpor dan mendaftarkan produk jadi sebagai mitra lokal perusahaan asing. Oleh karena itu, dalam mengantisipasi era globalisasi ini, PT. AAM menyadari betapa pentingnya meningkatkan kemampuan dan keberadaannya sebagai salah satu perusahaan distribusi yang dihormati di Indonesia.

Sejalan dengan kemajuan teknologi dan infrastruktur di Indonesia PT. AAM telah berkomitmen diri untuk terus meningkatkan layanan kepada pelanggannya. Setiap cabang sudah terkomputerisasi dan terhubung dengan Kepala Kantor menggunakan operasi modern, yang memungkinkan PT. AAM untuk menyediakan sistem informasi yang komprehensif untuk berbagai penggunaan internal maupun eksternal stakeholder.

Cakupan PT. AAM sepenuhnya sejalan dengan prinsipal PT. AAM yaitu mendistribusikan dan mendekatkan barang sedekat mungkin ke outlet. Cakupan intensif ini dilakukan oleh 33 cabang dan 5 subdistributors diseluruh Indonesia.

Bersama dengan komitmen PT. AAM yaitu jaringan distribusi PT. AAM akan menjawab kebutuhan riil distribusi farmasi dan perusahaan perawatan kesehatan terkait untuk pasar Indonesia.

Tujuan berdirinya PT. Anugrah Argon Medica (PT. AAM) yaitu sebagai penyalur barang produksi perusahaan farmasi terutama perusahaan PT. Dexa Medica ke setiap relasi (Apotek, Dokter, dan Rumah Sakit), guna terpenuhi dan tercapainya kesehatan masyarakat dalam hal ketersediaan obat-obatan. Selain itu juga PT. Anugrah Argon Medica memiliki layanan 24 jam, untuk mengantarkan produk Life Saving yaitu produk seperti obat-obatan, sebagai wujud komitmen dan kepedulian PT. AAM dalam penyelamatan jiwa.

B. Visi dan Misi PT. Anugrah Argon Medica

PT. Anugrah Argon Medica (PT. AAM) adalah perusahaan atau Organisasi Berbasis Pengetahuan. PT. Anugrah Argon Medica mengidentifikasi, menggali dan membagi pengetahuan bersama mitra bisnisnya dalam mencapai tujuan bersama. Adapun Visi dan Misi PT. Anugrah Argon Medica sebagai berikut :

Visi PT. Anugrah Argon Medica

Visi PT. Anugrah Argon Medica adalah sebuah perusahaan yang berbakti paling depan dalam menyediakan nilai tambah yang signifikan bagi kepentingan setiap pelanggan dan mitra usahanya dengan selalu bekerja giat secara efektif, efisien, dan berkesinambungan demi “ kesehatan bagi semua “ ditingkat nasional, regional maupun global.

Misi PT. Anugrah Argon Medica

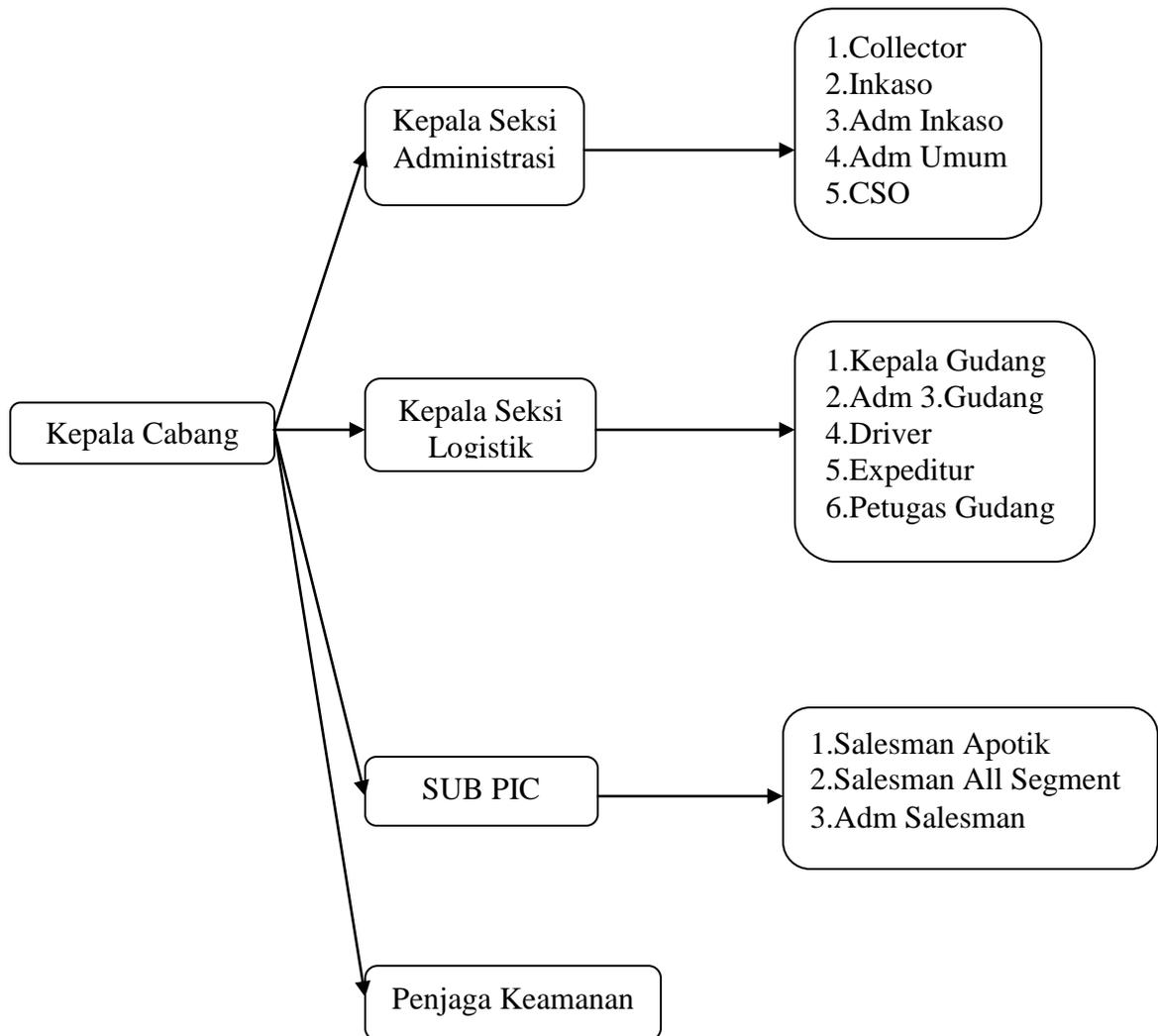
Misi PT. Anugrah Argon Medica adalah Senantiasa memuaskan setiap pelanggan dan prinsipal dalam tugas mendistribusikan produk farmasi dan alat kesehatan secara efektif dan efisien dengan :

1. Jenis produk yang semakin beragam
2. Jangkauan yang semakin luas
3. Sistem informasi yang handal dan terpercaya.

C. Struktur Organisasi PT. Anugrah Argon Medica cab. Palembang

Struktur organisasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme formal yang mengelola sekelompok orang dalam satu tempat, yang memiliki tujuan yang sama serta visi dan misinya. Dan juga memiliki kedudukan, tugas wewenang, maupun tanggung jawab yang berbeda-beda dalam satu organisasi. Sampai saat ini ada 106 karyawan tercatat yang terbagi dalam masing-masing bagian dalam PT. AAM, adapun susunan organisasi pada PT. Anugrah Argon Medica yaitu :

**STRUKTUR ORGANISASI PT. ANUGRAH ARGON MEDICA
CABANG PALEMBANG**



D. Pembagian Tugas pada PT. Anugrah Argon Medica cab. Palembang

1. Kepala Cabang

Adapun tugas dan wewenang Kepala Cabang sebagai berikut :

- a. Melakukan Koordinasi dengan team untuk mendiskusikan program yang diterima.
- b. Melakukan monitoring secara ketat minimal mingguan, bila perlu harian guna menjalin koordinasi yang lebih baik.
- c. Melakukan monitoring dan meeting koordinasi untuk hal-hal sales dan non sales dan *collection* lainnya yaitu dengan KSA, atau team-team lainnya.
- d. Menjalinkan hubungan baik dengan setiap pimpinan principal dicabang, memberikan perhatian yang cukup, fasilitas kantor yang memadai.

2. Kepala Seksi Administrasi

Memeriksa laporan yang dibuat bawahan sebelum diserahkan kepada kacab, membina hubungan dengan bank untuk keperluan transaksi bank, Adapun tugas dari team seksi administrasi adalah :

a. Collector :

Menagih uang kepada tiap-tiap relasi, dan meminta pertanggung jawaban atas barang dagangannya kepada penjual,

b. Inkaso :

Membuat estimasi penagihan setiap bulan, menerima dan memeriksa hasil tagihan dan sesuai dari daftar tagihan, membina hubungan baik dengan relasi,

c. Adm inkaso :

Menyediakan surat setoran pajak untuk keperluan pajak, melakukan proses penginputan data transaksi penerimaan uang hasil tagihan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

- d. Adm Umum :
Mempersiapkan data ATK yang diperlukan dari semua departemen, membuat laporan pengeluaran biaya cabang.
 - e. CSO, tugas-tugas CSO meliputi :
 - 1. Menangani keluhan dan komplein relasi jika ada,
 - 2. Membuat rencana call ke relasi sesuai aturan perusahaan,
 - 3. Menyampaikan secara tepat dan cepat informasi program, produk, dan harga baru ke semua relasi di area.
3. Kepala Seksi Logistik,
- Adapun tugas dari team seksi Logistic meliputi :
- a. Kepala gudang :
Mengecek barang masuk maupun barang keluar perusahaan tiap harinya,
 - b. Adm gudang :
Membuat laporan barang masuk dan barang keluar kepada kepala gudang sebelum diserahkan ke kacab,
 - c. Driver :
Mengantar barang pesanan menggunakan mobil yang sesuai dengan surat pesanan(SP) relasi,
 - d. Expeditur :
Mengantar barang pesanan yang ringan dengan menggunakan sepeda motor ke relasi sesuai dengan SP,
 - e. Petugas gudang :
Mengambil barang pesanan dari gudang untuk diserahkan kepada driver yang akan dikirim ke relasi.

4. Sup PIC

Tugas dari team Sup PIC adalah :

a. Salesman Apotek

Mempromosikan barang-barang produksi perusahaan ke apotek- apotek,

b. Salesman All Segment

Mempromosikan barang-barang produksi perusahaan ke apotek-apotek, dan menagih uang barang yang dijual,

c. Adm Salesman :

Mengetik surat keluar yang berhubungan dengan sales, menyiapkan dokumen untuk klaim diskon dan biaya ke prinsipal.

5. Penjaga Keamanan

a. Tugas dari penjaga keamanan meliputi :

Mengatur keluar masuknya mobil dan motor masing-masing karyawan, mencatat keluar masuknya kacab, menjaga keamanan dan ketertiban perusahaan: menjaga keamanan kantor dan gudang diwaktu dimalam hari.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dalam penulisan penelitian ini ini maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Efektifitas komunikasi internal yang terjadi di PT. Anugerah Argon Medica mampu membangun dan mendisiplinkan kinerja karyawan lebih baik lagi. Hal ini disebabkan adanya pengertian dari seluruh pihak perusahaan. Dimana dalam kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan berlangsungnya komunikasi internal pihak perusahaan rutin mengadakan kegiatan internal yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dan kepercayaan karyawan terhadap perusahaan.
2. Komunikasi Internal di PT. Anugerah Argon Medica diterapkan dengan melakukan pendekatan – pendekatan secara emosional untuk membangun hubungan antar pimpinan, antar karyawan, dan antar pimpinan ke karyawan. Sehingga efektifitas adanya komunikasi internal pad PT. Anugerah Argon Medica terlihat dan dirasakan oleh karyawan berkat terciptanya komunikasi dua arah yang terjalin dalam perusahaan.

B. SARAN

Berdasarkan pemaparan seluruh data dan kesimpulan yang dikemukakan, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada PT. Anugerah Argon Medica berkaitan dengan peranan komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja karyawan, antara lain :

1. Kesenjangan-kesenjangan karena faktor usia, pendidikan dan pengalaman perlu mendapat perhatian sehingga tercipta kesolidaritasan dan kekompakan dalam tim.
2. Hendaknya Karyawan di PT. Anugerah Argon Medica selalu menjaga komunikasi internal, baik komunikasi pimpinan kebawahan dan bawahan keatasan serta komunikasi dengan sesama karyawan agar selalu terjalin hubungan yang harmonis di perusahaan tersebut.
3. Karyawan harus bisa menghargai pendapat atau masukan dari karyawan lain, sehingga tidak menimbulkan perbedaan *frame of reference* (pengetahuan dan pengalaman) yang akhirnya akan merusak hubungan yang harmonis antar karyawan begitu juga ke pimpinan.
4. Karyawan juga harus bisa meluangkan waktu untuk berkomunikasi dengan karyawan-karyawan bagian lain agar tetap terciptanya hubungan yang baik antar karyawan di masing-masing bagian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Effendy, Onong Uchyana. 1989. *Human Relation dan Public Relation dalam Manajemen*. CV. Mandar Maju. Bandung.
- Hasibuan, S.P. Malayu. 1984. *Manajemen Dasar Pengantar dan Masalah*. Gunung Agung, Jakarta.
- Musanef, Drs. 1984. *Manajemen Kepegawaian di Indonesia*. PT. Gunung Agung. Jakarta.
- Nasir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Gahlia. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remadja Karya. Bandung
- Saputra, Martha Derry. 2002. *Peranan Komunikasi Vertikal Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Study pada Kantor Pertanahan Kabupaten Lampung Tengah)*. Tugas Akhir.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendy. 1982. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Tarmuji, Tarsis. 1988. *Komunikasi Dunia Usaha*. Penebit Liberty. Jakarta.
- Widjaja, A.W. 1986. *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*. PT. Rinako Cipta. Jakarta.
- Winardi. 1986. *Manajemen Personalia*. Sinar Bandung. Bandung.
- Wursanto, I. G. 1987. *Etika Komunikasi Kantor*. Kansius. Yogyakarta.
- _____. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Remadja karya. Bandung.

Sumber Lain:

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. Jakarta