

## Analisis Komunikasi Pimpinan Dengan Bawahan Pada PT Anggana Kurnia Putra

**Asep Saepudin**

Program Studi Manajemen STIE STEMBI, asepsaepudin2102@gmail.com

### **Abstrak**

**Tujuan** untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana gaya komunikasi pimpinan PT Anggana Kurnia Putra terhadap bawahannya dan menganalisis bagaimana proses pimpinan mengkomunikasikan informasi baru atau instruksi kerja baru ke bawahannya serta apa kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut.

**Desain/Metode** Jenis penelitian ini adalah kualitatif, pendekatan yang digunakan adalah induktif, metode analisis adalah deskriptif, dan unit analisisnya adalah PT Anggana Kurnia Putra.

**Temuan** gaya komunikasi yang dipakai adalah Aggressive Style karena dalam komunikasinya pimpinan tidak memperhatikan perasaan dari bawahannya terlebih dahulu yang terpenting komunikasinya tersampaikan semuanya. proses komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi baru atau instruksi kerja baru adalah komunikasi secara langsung dan ditambah dengan alat peraga dan pengulangan dalam penyampaian informasinya agar bawahannya dapat mengerjakan instruksinya dengan baik dan benar. Adapun kendala dalam proses komunikasi yang dihadapi adalah distorsi atau pengurangan isi pesan.

**Implikasi** diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu manajemen khususnya dibidang SDM dan diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efektifitas komunikasi pimpinan dengan bawahan agar apa yang disampaikan oleh pimpinan dapat diterima dan dilaksanakan oleh bawahannya dengan baik dan benar.

**Originalitas** penelitian dengan tema ini baru pertama kali dilakukan pada PT Anggana Kurnia Putra dan hasilnya hanya dapat diterapkan di perusahaan ini.

**Tipe Penelitian** Studi Empiris

**Kata Kunci** : Gaya Komunikasi, Proses komunikasi, Kendala Komunikasi

### **I. Pendahuluan**

Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dimungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan (Muhammad, 2011).

Begitu juga pada perusahaan tempat penulis bekerja yaitu, PT Anggana Kurnia Putra. Perusahaan yang bergerak dibidang industri tekstil dan memiliki jumlah karyawan kurang lebih 700 orang yang terbagi kedalam beberapa bagian dari mulai operator sampai dengan staf. Seluruh karyawan bekerja harus sesuai dengan instruksi yang telah dikomunikasikan atau diberikan oleh pimpinannya.

Pimpinan di perusahaan ini melakukan komunikasi ke bawahannya dalam memberikan instruksinya biasanya secara langsung atau melalui alat bantu elektronik seperti melalui telephone atau SMS, tergantung situasi dan kondisinya. Jika situasi dirasa urgent maka pimpinan akan

berkomunikasi via telephone atau sms, tetapi jika situasi dan kondisinya tidak urgent pimpinan akan memanggil bawahan untuk menghadapnya dan berkomunikasi langsung.

Dalam proses komunikasi diatas pesan atau instruksi kerja tidak selalu berhasil diterima dengan baik oleh bawahannya, hal tersebut mengakibatkan pekerjaan yang dilakukan bawahannya tidak sesuai dengan keinginan atau tujuan yang disampaikan oleh pimpinannya. Maka pekerjaan tersebut menjadi tidak efektif dan efisien lagi karena harus diulang dari awal. Contohnya dalam suatu kasus ketika bawahannya diperintah oleh pimpinan untuk melakukan pembelian bahan baku dan membuat Purchase Order ke sebuah supplier dengan kuantiti sebanyak 10.000 kg, tetapi oleh karena komunikasi tidak berjalan dengan baik, bawahannya hanya membuat Purchase Ordernya dengan kuantiti 1000 kg saja, dan bawahannya harus mengulang proses pembeliannya dari awal lagi karena pesan atau instruksi yang dikerjakan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pimpinannya. Hal tersebut dapat mengurangi tingkat efektifitas dan efisiensi jam kerja karena harus melakukan pengulangan pekerjaan yang diakibatkan pesan atau komunikasi pimpinan dengan bawahannya tidak berjalan dengan baik.

Menjaga agar komunikasi antara man ajer atau pimpinan ke bawahan tetap harmonis adalah salah satu modal penting dari keberhasilan suatu organisasi atau instansi. Komunikasitersebut akan menjadi sarana bagi man ajer untuk mengarahkan bawahannya agar tetap bekerja dengan baik sesuai dengan perencanaan agar tercapai tujuan dari organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan mencoba meneliti dan membuat makalah mengenai komunikasi manajer atau pimpinan kepada bawahannya, dengan tujuan penelitian sebagai berikut: 1) mendapatkan gambaran mengenai bagaimana gaya komunikasi pimpinan Pt Anggana Kurnia Putra terhadap bawahannya ; 2) menganalisis bagaimana proses pimpinan mengkomunikasikan informasi baru atau instruksi kerja baru ke bawahannya; dan 3) apa kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut.

## II. Kajian Teori

Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama. *Communico, communication, atau communicate* yang berarti membuat sama ( *make to common* ). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampain pesan dan orang yang menerima pesan (Djarmiko,2011).

Menurut Daft (2010 : 418) mengungkapkan bahwaKomunikasi (*communication*) adalah proses pertukaran dan pemahaman informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, biasanya dengan tujuan memotivasi atau memengaruhi perilaku.

Komunikasi didefinisikan sebagai proses pemindahan informasi, ide, dan pengertian dari satu orang ke orang lain untuk diinterpretasikan sesuai dengan tujuannya (Mangkunegaradalam Kusuma, 2013).

Menurut Sunadji (2008) Komunikasi adalah suatu proses penyampain dan penerimaan berita atau inforamasi dari seseorang ke orang lain.

Komunikasi tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan melalui sebuah proses. Proses komunikasi merupakan tahapan antara pengirim dan penerima pesan sehingga berpengaruh dalam perpindahan dan pemahaman makna (Kusuma,2013).

Daft (2010 : 419) mengungkapkan bahwa Dua unsur penting di setiap situasi komunikasi adalah pengirim dan penerima. Pengirim adalah siapa pun yang ingin mengemukakan ide atau konsep kepada orang lain, mencari informasi, maupun mengungkapkan pikiran dan emosi. Penerima adalah orang yang menjadi tujuan informasi.

Menurut Bovee dan Thilt dalam Djarmiko (2011 :20) proses komunikasi ( *Communication Process*) terdiri dari enam tahap, yaitu:

1. Pengirim memiliki suatu ide atau gagasan.
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan.
3. Pengirim menyampaikan pesan.
4. Penerima menerima pesan.
5. Penerima menafsirkan pesan.
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

Athoillah (2010 : 216) menyatakan bahwa proses komunikasi dapat dilakukan dengan beberapa jenis, yaitu:

1. Komunikasi langsung, yakni behadap-hadapan hanya dilakukan secara lisan;
2. Komunikasi langsung melalui pesawat telepon;
3. Komunikasi tidak langsung dapat dilakukan melalui surat, email, dan pengiriman pesan atau berita melalui orang lain;
4. Komunikasi personal, yakni komunikasi antarindividu;
5. Komunikasi antarpersonal, yang dilakukan dengan berbagai individu;
6. Komunikasi sosial, yang dilakukan di dalam pergaulandi masyarakat;
7. Komunikasi verbal dan nonverbal, dilakukan dengan kata -kata atau isyarat dan bahasa tubuh;

Menurut Saphiere et.al, dalam Juarsa (2016) Gaya komunikasi (*communication style*) merupakan cara bagaimana berkomunikasi, model perilaku verbal maupun non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi pada situasi tertentu. Jika isi pesan merupakan “ *what*” dan komunikator adalah “*who*”, maka gaya komunikasi merupakan “*how*”. Dalam hal ini gaya komunikasi tidak dapat berlaku pada seluruh manusia secara sama, tetapi lebih mencerminkan karakter pribadi dan budaya.

Menurut Mulyana, dalam Juarsa (2016) Gaya komunikasi mencerminkan nilai dan kepercayaan, di mana nilai dan kepercayaan tersebut ditentukan budaya dan kepribadian.

Menurut J.A. Waters, dalam Juarsa (2016) ada tiga gaya komunikasi :

1. *Passive Style*, yaitu gaya komunikasi di mana komunikator tidak mengekspresikan perasaan, ide dan harapannya secara langsung. Dalam gaya ini, komunikator cenderung akan banyak tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhannya kepada orang lain. Komunikator juga cenderung melakukan tindakan dibandingkan mendengarkan. Gaya pasif cenderung menggunakan suara yang lebih lemah dan lembut, serta sering berhenti berkata kata di tengah pembicaraan, seolah kehilangan kata -kata dan cenderung tidak melakukan kontak mata dengan komunikan.
2. *Aggresive Style*, yaitu gaya komunikasi di mana komunikator cenderung menyatakan perasaannya dengan mudah mengenai apa yang diinginkannya, apa yang dipikirkannya, tetapi sering mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Komunikator jenis ini seringkali menyakiti orang lain dengan kalimat yang sarkastik atau bercanda berlebihan. Gaya agresif cenderung menggunakan kekuatan dan kekuasaan, sehingga kadangkadang di dalam menyampaikan pesan bukan hanya dalam bentuk kata -kata, tetapi juga diiringi dengan penggunaan bahasa tubuh, seperti menunjuk, menggebrak meja, dan sebagainya untuk mempertegas maksud dari yang diucapkan.
3. *Assertive Style*, yaitu gaya komunikasi di mana komunikator membuat pernyataan langsung yang disertai dengan pertimbangan perasaan, ide dan harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan untuk mendengarkandengan baik sehingga membiarkan orang lain mengetahui bahwa ia didengarkan. Gaya komunikasi ini terbuka dalam melakukan negosiasi dan kompromi, bisa menerima dan memberikan komplain, memberikan perintah secara langsung, serta melakukan penolakan secara langsung. Komunikator dengan gaya ini menunjukkan kekuatan sekaligus empati, suara yang digunakan cenderung santai dan terdengar jelas. Kontak mata yang terjadi menunjukkan keterbukaan dalam komunikasi dan kejujuran.

Menurut Citroboto (dalam Athoillah, 2010:225-226) komunikasi dilakukan dengan memerhatikan prinsip-prinsip komunikasi berikut:

1. *Prinsip Motivasi*, komunikator dalam memberikan pesan atau informasi harus didasari oleh minat atau motivasi terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi harus dibangun dengan motivasi dan minat yang serius dari komunikator, sehingga perhatian komunikan benar-benar tertuju pada pesan-pesan komunikator.
2. *Prinsip perhatian(minat)* artinya, komunikasi akan menjadi efektif jika dapat menarik perhatian lawan bicara atau komunikan.
3. *Prinsip keindraan (audio visual)* artinya, bahwa pembicaraan atau komunikasi akan berjalan dengan baik dan komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator seandainya

komunikator melengkapi komunikasinya dengan alat peraga yang dapat ditangkap para komunikandehingga pendengarandan penglihatan komunikan dapat aktif secara bersamaan.

4. *Prinsip pengertian.* Komunikasi dapat berjalan sesuai dengan keinginan komunikator apabila pesan yang disampaikan mudah dihafal dan mudah tertanam dalam pikiran seseorang.
5. *Prinsip ulangan.* Artinya informasi atau pesan yang disampaikan dan mempunyai arti penting hendaknya dibicarakan kembali atau diulang sehingga penerima pesan akan lebih jelas menerima pesan atau informasi sehingga mudah mengingat kembali.
6. *Prinsip kegunaan.* Artinya, informasi yang disampaikan hendaknya mengandung hal-hal yang benar-benar berguna dan mempunyai arti serta kadar nilai yang tinggi.

Komunikasi di lingkup organisasi biasanya mengalir ketiga arah: ke bawah, ke atas, dan horizontal. Para manajer bertanggung jawab menyediakan dan merawat saluran komunikasi formal di ketiga arah ini. Mereka juga menggunakan saluran informal yang berarti mereka keluar dari kantor untuk berbaur dengan pegawai (Daft, 2010:432).

Djarmiko (2011 : 35) menyatakan bahwa Komunikasi Ke Bawah artinya di dalam organisasi suatu informasi mengalir dari atasan ke bawahan. Menurut Daft (2010), Para manajer berkomunikasi ke bawah kepada karyawan lewat banyak cara, cara paling biasa adalah lewat pidato, pesan di terbitan perusahaan, *e-mail*, *leaflet* informasi yang dimasukkan kedalam amplop gaji, materi yang dipajang di papan buletin, dan buku pegangan kebijakan dan prosedur. Persoalan utama komunikasi ke bawah adalah penurunan, yaitu distorsi atau hilangnya isi pesan. Meski komunikasi formal merupakan cara ampuh untuk merangkul semua pegawai, banyak informasi yang hilang, kira-kira 25 persen setiap kali suatu pesan disampaikan dari satu orang ke orang berikutnya. Penurunan informasi tidak dapat dihindari sepenuhnya, namun ada teknik-teknik yang dapat mencegahnya. Menggunakan saluran komunikasi yang tepat, konsistensi pesan verbal dan nonverbal, dan menyimak dengan aktif dapat menjaga akurasi komunikasi ke bawah.

Komunikasi Ke atas artinya informasi mengalir dari bawahan ke atasan (Djarmiko, 2011: 36). Menurut Daft (2010 :434) bahwa komunikasi ini meliputi pesan-pesan yang mengalir dari tingkat hierarki organisasi yang lebih bawah ke tingkat yang lebih tinggi. Kebanyakan organisasi bersusah-payah membangun saluran komunikasi ke atas yang sehat. Para pegawai perlu memberikan keluhan, melaporkan kemajuan, dan memberikan umpan balik untuk inisiatif manajemen. Menyelaraskan aliran komunikasi ke atas dan ke bawah yang sehat memastikan lengkapnya sirkuit komunikasi antara para manajer dan pegawai.

Menurut Djarmiko (2011) komunikasi horizontal terdiri penyampaian informasi diantara rekan dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan memiliki atasan yang sama.

Menurut Daft (2010:435) komunikasi horizontal bukan hanya bertujuan untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk meminta dukungan dan mengorganisasikan kegiatan-kegiatan.

Hambatan-hambatan dalam komunikasi adalah sebagai berikut (Athoillah, 2010:221-222) :

1. Bahasa, terutama jika kedua belah pihak menggunakan bahasa yang sama-sama tidak dipahami, misalnya komunikator berbahasa asing, sedangkan komunikan berbahasa daerah. Keduanya sama-sama tidak mengerti maka isi komunikasi pun sukar diterima;
2. Kurang memerhatikan latar belakang sosial, seperti adat istiadat, kehidupan sosial ekonomi, dan dasar pendidikan dari komunikan;
3. Jarak yang terlampau jauh sehingga hanya dapat dilakukan dengan alat-alat komunikasi canggih;
4. Kedudukan sosial yang berbeda menyebabkan keengganan komunikator untuk berkomunikasi yang dianggap kurang layak;
5. Seseorang pimpinan yang kurang memadai dari segi pengalaman kepemimpinan, pendidikannya yang rendah terlalu miskin dan sejenisnya;
6. Pandangan atas realitas, perbedaan sudut pandang karena berlawanan kepentingan akan menimbulkan salah penafsiran;
7. Kedudukan / jabatan / eselon;
8. Keengganan terhadap perubahan / mutasi;
9. Kurang konsentrasi;
10. Kurang respek kepada komunikator;

### III. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakannya adalah induktif. Unit analisis penelitian adalah PT Anggana Kurnia Putra. Sumber data diperoleh dari informan yaitu 3 orang karyawan dan 1 orang pimpinan, serta dokumen berupa buku atau artikel penelitian sebelumnya mengenai proses komunikasi pimpinan ke bawahannya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi langsung, wawancara dan studi pustaka. Jenis data yang dipakai adalah primer dan sekunder. Metode analisis pada penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif.

### IV. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan secara langsung, peneliti mendapatkan hasil bahwa pimpinan di PT Anggana Kurnia Putra melakukan komunikasi dengan bawahannya dalam menyampaikan instruksi dan apa yang diinginkan cenderung lebih mudah dan lebih blak-blakan, tanpa memikirkan perasaan bawahannya terlebih dahulu dan yang terpenting informasi dapat seluruhnya segera disampaikan. Terkadang pimpinan dalam komunikasinya menggunakan kalimat candaan yang berlebihan yang seringkali menyakiti bawahannya. Dan dalam situasi tertentu pimpinan dalam komunikasinya tidak hanya menggunakan kata-kata saja tetapi ditambah dengan gerak tubuh seperti menunjuk untuk mempertegas kepada siapa komunikasi atau perintah itu disampaikan.

Dilihat dari hasil pengamatan diatas jika dikaitkan dengan teori gaya komunikasi yang dipaparkan J.A. Waters, dalam Juarsa (2016) dalam kajian teori di atas, bahwa ada tiga gaya komunikasi yakni: (1) *Passive Style*; (2) *Aggressive style*; (3) *Assertive Style*. Pimpinan di PT anggana kurnia putra terlihat cenderung menggunakan gaya komunikasi *Aggressive Style* karena proses komunikasi yang dilakukannya sesuai dengan ciri-ciri gaya komunikasi tersebut bahwa komunikasi yang dilakukan pimpinan tanpa memerhatikan perasaan dari penerima pesan atau bawahannya terlebih dahulu yang terpenting informasi disampaikan secara menyeluruh dan dalam komunikasinya pimpinan terkadang menggunakan kekuasaannya untuk melakukan komunikasi terbukti dengan gerak tubuh pada saat berkomunikasi seperti menunjuk kepada orang yang diajak bicara.

Adapun kelebihan dari gaya komunikasi *Aggressive Style* yang digunakan dalam proses komunikasi pada perusahaan ini menurut peneliti diantaranya: Komunikasi akan cepat tersampaikan dan tepat sasaran, karena komunikasi di sampaikan secara menyeluruh tanpa memperhatikan perasaan dari penerima pesan atau informasi, tetapi dibalik itu ada kekurangan dari gaya komunikasi ini yaitu terkadang informasi yang disampaikan oleh pimpinan tidak difahami atau dimengerti seluruhnya jika perasaan penerima pesan atau bawahannya tidak baik akibat candaan dari pimpinan.

Peneliti juga mengamati perilaku pimpinan dalam mengkomunikasikan informasi baru atau instruksi yang baru kepada bawahannya yang diilustrasikan pada gambar sebagai berikut:

menggunakan media komunikasi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada saat pesan didampakan, dan lebih memperhatikan bawahannya jika terlihat kurang konsentrasi dalam menyimak maka tegurlah dan ulangi pesannya dari awal.

**Daftar Pustaka**

- Athoillah, Anton. 2010. "Dasar-dasar Manajemen". Bandung: CV Pustaka Setia.
- Daft, Richard L. 2010. "Era Baru Manajemen". Jakarta: Salemba Empat.
- Djatmiko, Budi. 2011. "*Business Communication*". Bandung: Thabi" Press.
- Juarsa, Erwin. 2016. Jurnal e-komunikasi "Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian". Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Kusuma, Adinda Citra. 2013. Skripsi: "Analisis Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kinerja" Karyawan Pt Mitra Makmur Industri. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Muhammad, Arni. 2011. "Komunikasi Organisasi". Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunadji, Siti Rahayu Binarsih. 2008. "Perilaku organisasi". Surakarta: Islam Batik.

dan juga pimpinan terkadang mengulang komunikasi atau instruksinya agar bawahannya mudah mengingat.

Dalam hasil pengamatannya juga penulis menemukan kendala dalam proses komunikasi pimpinan kepada bawahannya, yakni pesan yang disampaikan kepada bawahan tidak sepenuhnya diterima terkadang pesan yang diterima berkurang pemahamannya bahkan berbeda pemahamannya dengan yang disampaikan oleh atasannya. Hal ini dalam teori disebut dengan nama *Distorsi* atau hilangnya isi pesan, hal ini tidak dapat dihindari sepenuhnya namun dapat dicegah dengan cara memilih saluran dan media komunikasi yang tepat, dan bawahan harus menyimak dengan aktif semua pesan dan informasi yang diberikan oleh pimpinannya.

Selain itu dalam situasi mendesak dan jarak yang jauh sehingga kesulitan untuk bertemu dan berkomunikasi secara langsung, pimpinan sering menggunakan media elektronik tambahan seperti telephone dalam memberikan instruksi atau pesan yang ingin disampaikan, tetapi komunikasi melalui media telephone ini rentan terjadi kesalahfahaman karena kurang jelasnya pesan yang diterima oleh bawahannya baik itu dalam isi pesan atau suara yang kadang tidak terdengar akibat signal telephone yang tidak stabil. Maka untuk menghindari kesalahfahaman tersebut alangkah lebih baik nya penyampaian pesan itu diulang, agar pesan dapat diterima dengan baik oleh bawahannya.

Kendala lain yang di hadapi saat proses komunikasi pimpinan kepada bawahan di perusahaan ini yaitu ketika terjadi pemberian informasi, terkadang bawahannya belum siap menerima informasi atau kurang konsentrasi dan kurang respek terhadap pimpinannya maka hasilnya informasi yang diterima oleh bawahan tidak sepenuhnya difahami, sehingga perlu dilakukan pengulangan.

Berdasarkan pengamatan diatas mengenai kendala-kendala yang dihadapi pada saat proses komunikasi dan dikaitkan dengan kajian teori menurut Athoillah (2010) terjadi kesesuaian antara teori dan kenyataan dilapangan, bahwa kendala-kendala komunikasi dapat diakibatkan oleh beberapa hal diantaranya: 1) jarak yang terlalu jauh; 2) kurang konsentrasi; dan 3) kurang respek terhadap komunikator. Tetapi pimpinan di perusahaan ini tidak mengalami hambatan dalam penggunaan bahasa, karena pimpinan di perusahaan ini mengerti bahasa daerah yang sering digunakan oleh bawahannya sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah difahami oleh bawahannya yang hanya mengerti bahasa daerah saja.

## V. Penutup

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, pimpinan di Pt Anggana Kurnia Putra dalam komunikasinya menggunakan Gaya komunikasi *Aggressive Style*, karena pimpinan dalam menyampaikan komunikasinya cenderung lebih mudah dan lebih blak-blakan tanpa memikirkan perasaan bawahannya terlebih dahulu yang terpenting semua informasi dapat tersampaikan.

Dalam penyampaian informasi yang baru atau instruksi kerja baru pimpinan melakukan komunikasinya secara langsung dan menggunakan Prinsip komunikasi keindraan (*audio visual*) dan prinsip komunikasi ulangan, yakni proses komunikasi yang ditambah dengan alat peraga dan proses komunikasi yang diulang-ulang agar informasi dan instruksi kerja dapat dimengerti oleh bawahan dan dapat terlaksana dengan baik.

Dalam pelaksanaan komunikasinya, pimpinan sering mengalami kendala yaitu pengurangan isi pesan atau *distorsi*. Hal ini dapat dicegah dengan pemilihan saluran dan media komunikasi yang tepat dan bawahan yang harus menyimak aktif.

Adapun saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya di Pt Anggana Kurnia Putra diharapkan untuk meneliti secara mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat atau kendala dalam proses komunikasi pimpinan dengan bawahannya agar tidak terjadi distorsi pesan dan agar meningkatkan efektifitas dan efisiensi akibat komunikasi yang tidak berjalan dengan baik.

Adapun saran dari penulis untuk Pimpinan Pt Anggana kurnia putra yang dapat diambil adalah sebaiknya pimpinan dapat memahami perasaan bawahannya lebih baik lagi untuk menentukan dan menyesuaikan gaya komunikasi yang lebih tepat diterapkan di perusahaannya, karena gaya komunikasi *Aggressive Style* ini belum tentu efektif. Dan agar tidak terjadi distorsi pesan, pimpinan harus lebih memerhatikan bahasa yang digunakannya harus sama dengan bawahannya,

menggunakan media komunikasi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada saat pesan didampakan, dan lebih memperhatikan bawahannya jika terlihat kurang konsentrasi dalam menyimak maka tegurlah dan ulangi pesannya dari awal.

**Daftar Pustaka**

- Athoillah, Anton. 2010. "Dasar-dasar Manajemen". Bandung: CV Pustaka Setia.
- Daft, Richard L. 2010. "Era Baru Manajemen". Jakarta: Salemba Empat.
- Djatmiko, Budi. 2011. "*Business Communication*". Bandung: Thabi" Press.
- Juarsa, Erwin. 2016. Jurnal e-komunikasi "Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian". Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Kusuma, Adinda Citra. 2013. Skripsi: "Analisis Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kinerja" Karyawan Pt Mitra Makmur Industri. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Muhammad, Arni. 2011. "Komunikasi Organisasi". Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunadji, Siti Rahayu Binarsih. 2008. "Perilaku organisasi". Surakarta: Islam Batik.