

GAYA KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) PERSERO AREA PELAYANAN DI SAMARINDA

Fanny Anggriawan¹

Abstrak

Fanny Anggriawan, Gaya Komunikasi Organisasi Pimpinan Di PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Samarinda Bimbingan Bapak Drs. Endang Erawan, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Kheyene M., S. I. kom., M. I. kom selaku pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan Gaya Komunikasi Organisasi Pimpinan Di PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Samarinda. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan secara langsung serta data sekunder menggunakan dokumen-dokumen, profil perusahaan, catatan, buku-buku ilmiah, dan hasil penulisan yang relevan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kriyantono (2006 : 69) penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu. Menggunakan analisis data dengan metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan, reduksi, dan penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penyajian data yang diperoleh dan penguraian pada pembahasan penelitian ini, diketahui bahwa terdapat 4 gaya komunikasi yang digunakan oleh pimpinan PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan di Samarinda yaitu The Equalitarian Style, The Structuring Style, The Dynamic Style, dan The Relinquishing Style. Dari berbagai gaya komunikasi ini, The Equalitarian Style merupakan gaya yang paling ideal digunakan dalam sebuah perusahaan, karena komunikasi terjalin secara dua arah yang dilandasi aspek kesamaan. Ciri khas gaya komunikasi ini adalah adanya arus komunikasi timbal balik. Komunikasi yang dijalin cenderung dilakukan secara terbuka dan dinilai efektif dalam membina empati serta kerjasama karena pengguna komunikasi seperti ini cenderung memiliki rasa kepedulian yang tinggi pada karyawan dan mampu membina hubungan dengan baik.

Kata Kunci: gaya komunikasi, PT. PLN (Persero) Area Samarinda

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: apaajadeh92@gmail.com

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan membutuhkan seorang pemimpin yang dapat mengatur dan memiliki tanggung jawab penuh terhadap kinerja pegawainya, serta harus mewujudkan keberhasilan dalam perusahaan tersebut. Diperlukan berbagai kualitas diri atau sumber daya manusia yang tinggi, karena menjadi seorang pemimpin otomatis menjadi seorang pilihan yang memiliki nilai lebih dari karyawannya. Terdapat beberapa langkah-langkah menjadi seorang pemimpin yang bisa membuat nilai keberhasilan pada sebuah perusahaan, diantara lain adalah mempunyai visi, integritas, keberanian, kepedulian, kebijaksanaan, semangat, komitmen, dan ketulusan. Untuk menggapai sebuah visi yang diperlukan, terdapat beberapa tahapan-tahapan perencanaan misi yang sinergi dengan visi yang telah ditentukan oleh sebuah perusahaan. Langkah-langkah yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin perusahaan dalam menggapai keberhasilan sebuah perusahaan adalah komunikasi yang efektif yang menciptakan pemahaman dan kepercayaan yang diperlukan untuk mendorong orang lain untuk mengikuti pemimpin.

Organisasi merupakan suatu tempat atau wadah berkumpulnya beberapa orang untuk bekerja sama dengan terkendali dan dipimpin untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Organisasi biasanya memanfaatkan sumber daya tertentu dengan contoh lingkungan, cara atau metode, material, mesin, uang dan beberapa sumber daya lain dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Orang yang terkumpul dalam satu organisasi akan sepakat untuk mencapai tujuan tertentu melalui sumber daya secara sistematis dan rasional yang terkendali dan adanya pemimpin organisasi yang akan memimpin operasional organisasi dengan terencana. Proses komunikasi yang terjadi didalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara pimpinan dan karyawannya merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Komunikasi efektif tergantung dari hubungan atasan bawahan yang memuaskan yang dibangun berdasarkan iklim dan kepercayaan atau suasana organisasi yang positif.

Gaya komunikasi kepemimpinan dalam perusahaan ialah kegiatan untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku orang lain agar melakukan kegiatan atau pekerjaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh seorang pemimpin. Konsep hubungan atasan-bawahan bersandar kuat pada perbedaan dalam otoritas, yang diterjemahkan menjadi perbedaan dalam status, hak, dan pengawasan. Kualitas komunikasi antara bawahan dengan atasan merupakan fungsi dari hubungan antar personal yang dibangun diantara mereka dan bagaimana hubungan ini memenuhi bawahan.

Untuk membentuk suatu kerja sama yang baik jelas perlu adanya komunikasi yang baik antara unsur-unsur yang ada di dalam organisasi tersebut. Komunikasi yang baik akan menimbulkan saling pengertian dan kenyamanan dalam bekerja. Sesuai dengan kenyataan tersebut, seberapa besar fungsi komunikasi berperan dalam organisasi sering diabaikan. Hal semacam ini yang sering terjadi didalam pengembangan organisasi modern, yaitu tentang terjadinya

kesalahan persepsi dalam komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan dalam organisasi.

Saat melaksanakan suatu pekerjaan, para pegawai tidak lepas dari komunikasi dengan sesama rekan kerja, dengan atasan dan dengan bawahan. Komunikasi yang baik dapat menjadi sarana yang tepat dalam meningkatkan kinerja pegawai. Melalui komunikasi, pegawai dapat meminta petunjuk kepada atasan mengenai pelaksanaan kerja. Melalui komunikasi juga pegawai dapat saling bekerja sama satu sama lain menurut Pace & Faules (2005:4).

Komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator menyampaikan stimulus atau pesan yang biasanya dalam bentuk kata-kata dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (komunikan). Dengan perubahan tersebut, akan diperoleh persepsi dan tujuan. Proses komunikasi sering terjadi dimana saja dan kapan saja, termasuk di dalamnya adalah komunikasi antara atasan dan bawahan pada suatu organisasi.

Setiap hari senin dan kamis, di kantor PT. PLN (Persero) biasanya diadakan COC (*Code Of Conduct*). Kegiatan ini adalah semacam diskusi pengarahan pedoman perilaku kerja yang wajib diikuti oleh seluruh pegawai, karena biasanya inilah titik pusat dari komunikasi yang disampaikan langsung oleh Manajer. Hal ini jelas menjadi sebuah pedoman bagi pegawai di dalam melaksanakan kerja, baik di lapangan maupun di dalam kantor. Tetapi, ada saja pegawai yang masih salah dalam menangkap informasi (*miss communication*) yang di dapat saat kegiatan tersebut, sehingga menyebabkan kinerja mereka dinilai kurang efektif dan cenderung melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan persepsinya sendiri. Semua itu terjadi karena gaya komunikasi dari pemimpin dianggap kurang maksimal dan sulit untuk dipahami bagi sebagian pegawai, dan kurangnya pengarahan dari pemimpin untuk lebih memperhatikan tiap-tiap karyawannya. Hal inilah yang menyebabkan kurangnya koordinasi antara atasan dan bawahan serta koordinasi antara sesama karyawan kerja.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi organisasi yang digunakan oleh pemimpin agar memberikan gambaran kepada peneliti untuk dapat meneliti lebih lanjut yang kemudian dituangkan dalam skripsi dengan judul “Gaya Komunikasi Organisasi Pimpinan Di PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Samarinda”.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori dan Konsep

Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. 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 dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi (Muhammad, 2011:1). Menurut Handoko (2007 : 56), komunikasi

adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain.

Organisasi

Menurut Robbins (2001:4) organisasi diartikan sebagai suatu unit (satuan) sosial yang dikoordinasikan dengan sadar, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang berfungsi atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan atau serangkaian tujuan bersama. Manusia mendirikan suatu organisasi karena adanya beberapa tujuan dari individu dan hanya akan tercapai lewat tindakan yang harus dilakukan dengan adanya kesepakatan-kesepakatan atau adanya persetujuan bersama. Untuk melaksanakan kesepakatan tersebut maka dengan cara kerjasama akan dapat meringankan, mengefektifkan, mengefisiensikan dan mengoptimalkan pencapaian tujuan yang hendak dicapai bersama.

Komunikasi Organisasi

Menurut Burhan Bungin (2006:274), pada dasarnya definisi dari komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain. Dalam arti yang lebih luas komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Arus Komunikasi Dalam Organisasi

Menurut DeVito (2011:385) dalam berkomunikasi terdapat beberapa arus komunikasi yang terjadi. Arus komunikasi itu sendiri merupakan penyaluran segenap informasi, emosi, dan keinginan yang menyangkut semua unsur, tugas karyawan, dan relasi-relasi pribadi. Arus informasi ini dapat berupa :

1. *Vertical Communication* (Komunikasi Vertikal)
 - a. *Upward Communication* (Komunikasi Ke Atas)
 - b. *Downward Communication* (Komunikasi Ke Bawah)
2. *Horizontal Communication* (Komunikasi Lateral)
3. *Diagonal Communication* (Komunikasi Menyilang)

Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz (dalam Moekijat, 1993: 15-16) yang dikutip oleh Ruliana (2014: 24), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan.

Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri (2014: 373-374) dalam Ruliana (2014: 26), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu bersifat umum dan khusus. Dibawah ini akan dijabarkan dua fungsi tersebut.

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan (*job description*).
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: *public relations*, pameran, ekspo, dan lain-lain.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation*). Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokal, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak. Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis.

Manusia berkomunikasi dengan (sekurang-kurangnya) tiga gaya (meskipun secara aktual setiap orang bisa saja mempunyai hampir 1.000 gaya komunikasi yang berbeda), tetapi semua komunikasi selalu dilakukan secara visual, auditorium dan kinesika. Ini berarti setiap individu memiliki variasi preferensi gaya komunikasi dengan orang lain yang dalam prakteknya manusia tidak hanya mengandalkan satu gaya komunikasi tetapi lebih dari satu. Manusia mengombinasikan beberapa gaya komunikasi meskipun ada satu atau dua gaya komunikasi yang paling dominan.

Macam-Macam Gaya Komunikasi

The Controlling Style, Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. **The Equalitarian Style**, aspek gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun yang bersifat dua arah (*two way traffic of communications*). **The Structuring Style**, gaya komunikasi yang terstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. **The Dynamic Style**, gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). **The Relinquishing Style**, Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima pesan, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. **The Withdrawal Style**, akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Gaya Komunikasi Pemimpin

Manusia mengucapkan atau menulis kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi, menyatakan belas kasihan, menyatakan amarah dan pesan agar suatu perintah bisa cepat dikerjakan. Semua kombinasi tersebut adalah “Gaya Komunikasi”, gaya yang berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi dan sesama, tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu. Keterampilan berkomunikasi melalui gaya komunikasi mengisyaratkan kesadaran diri pada level yang tinggi. Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, yang merupakan ciri khas seseorang dalam berkomunikasi. Dengan kata lain, gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat didalam diri setiap manusia yang susah untuk diubah.

Seorang pemimpin akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin disini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya dan gaya seorang pemimpin yang memiliki tiga pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, yang merupakan gaya dasar yang pada dasarnya harus dilakukan oleh seorang pimpinan dalam suatu organisasi.

Karyawan

Karyawan adalah tenaga kerja yang melakukan pekerjaan dan memberikan hasil kerjanya kepada pengusaha yang mengerjakan dimana hasil karyanya itu sesuai dengan profesi atau pekerjaan atas dasar keahlian sebagai mata pencahariaannya. Karyawan merupakan kekayaan utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya keikutsertaan mereka, aktifitas di dalam perusahaan tidak akan terlaksana.

Menurut Hasibuan (dalam Manullang, 2002), berpendapat bahwa karyawan adalah orang penjual jasa, baik pikiran atau tenaga dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Sedangkan menurut Subri (dalam Manullang, 2002), karyawan adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

Teori Interaksi Simbolik

Membahas tentang komunikasi, hal ini juga memiliki turunan teori dalam cara menyampaikan maksud dan tujuan dari komunikator kepada komunikan yakni interaksi simbolik. Esensi dari interaksi simbolik yakni adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2003: 39)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu (Kriyantono, 2006: 69).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah gaya komunikasi yang terdapat dalam buku S. Djuarsa Sendjaja, yaitu “Teori Komunikasi (2002)” untuk menganalisis gaya komunikasi pimpinan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Samarinda, diantaranya sebagai berikut:

1. *The Equalitarian Style*,
 - a. Komunikasi terjadi secara dua arah (*Two Way Communication*), akrab, hangat, saling menghargai
 - b. Memberikan tugas khusus kepada orang yang ahli dibidangnya
 - c. Menekankan pengertian bersama sehingga mencapai kesepakatan bersama
 - d. Terbuka, dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks dan informal
 - e. Memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan dalam membina hubungan baik
 - f. Penyaluran informasi berjalan baik
 - g. Efektif dalam memelihara empati dan kerjasama khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan
2. *The Structuring Style*,
 - a. Objektif, tidak memihak
 - b. Memantapkan struktur
 - c. Menegaskan ukuran, prosedur atau aturan yang dipakai
3. *The Dynamic Style*,
 - a. Mengendalikan, agresif
 - b. Menumbuhkan sikap untuk bertindak
 - c. Cukup efektif bila digunakan dalam mengatasi persoalan yang bersifat kritis
 - d. Ringkas dan singkat
4. *The Relinquishing Style*,
 - a. Bersedia menerima gagasan, pendapat maupun kritik dari orang lain daripada keinginan untuk member perintah
 - b. Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain
 - c. Mendukung pandangan orang lain
 - d. Efektif, bila komunikator sedang bekerja sama dengan orang-orang berpengetahuan

Sumber Data dan Jenis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan informasi sebagai sumber dalam memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subyek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia memberikan data

Peneliti menunjuk informan sebagai pertimbangan data, yaitu informan yang dipilih peneliti adalah orang yang dianggap paling tahu dan menguasai tentang apa yang peneliti ingin teliti. Adapun kriteria informan yang peneliti inginkan adalah sebagai berikut :

- a. Usia 25-45 tahun
- b. Posisi jabatan berada diatas pegawai (dalam hal ini Supervisor)
- c. Berpengalaman dalam bidangnya

Untuk jenis data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer
2. Data Sekunder
 - a. Dokumen-dokumen, laporan, catatan dan profil
 - b. Buku-buku ilmiah

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian skripsi ini, penelitian dilakukan di kantor PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Samarinda yang berlokasi di jalan Gajah Mada No. 23 Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu, Samarinda, Kalimantan Timur.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk penulisan skripsi ini maka sesuai dengan judul penelitian, penulis menggunakan beberapa teknik diantaranya :

1. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*)
 - a. Observasi
 - b. Wawancara
 - c. Dokumentasi
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Menurut Kristiyantono (2006: 196) yaitu analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan peneliti di lapangan. Data tersebut terkumpul baik melalui observasi, wawancara, maupun dokumen-dokumen. Dalam melakukan penelitian, peneliti juga mengacu pada model interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan Michael Huberman (dalam Soegiyono, 2006: 247) yang digambarkan sebagai berikut :

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. PLN (Persero) Area Samarinda

PT. PLN merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik yang kehadirannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. PT. PLN (Persero) Area Samarinda berada ditengah kota Samarinda di Kalimantan Timur, dimana memiliki luas wilayah sebesar 32.595 Km². Hadirnya PT. PLN (Persero) Di Samarinda, diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan listrik sehari-hari dan sebagai wadah atau tempat yang dapat memberikan pelayanan yang profesional terhadap masyarakat dan calon-calon pelanggan. Untuk wilayah kerjanya sendiri, PT. PLN (Persero) Area Samarinda memiliki 7 sub unit pelaksana (Rayon) yang terdiri dari Rayon Samarinda Kota, Rayon Samarinda Ulu, Rayon Samarinda Ilir, Rayon Samarinda Seberang, Rayon Tenggarong, Rayon Kota Bangun, dan Rayon Melak.

Adapun yang menjadi narasumber atau Key Informan adalah Manajer PT. PLN (Persero) Area Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Sedangkan yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu karyawan pada bagian Supervisor, Humas dan Kepala Bagian Security yang bekerja pada PT. PLN (Persero) Area Samarinda.

Gaya Komunikasi “The Equalitarian Style”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan yang merupakan pegawai dari PT. PLN (Persero) Area Samarinda bahwa sosok pemimpin atau direktur utama yang menjabat di kantor mereka menerapkan gaya komunikasi *The Equalitarian Style* ini. Hal ini bisa dilihat dari beberapa indikator yang penulis utarakan pada fokus penelitian sebelumnya, bahwa ada poin poin yang menjadi dasar seorang pemimpin menggunakan gaya komunikasi seperti ini. Bisa kita lihat pada indikator dibawah ini :

- a. Proses komunikasi terjadi secara dua arah
- b. Efektif dalam memelihara empati dan kerja sama kepada karyawannya
- c. Komunikasi bersifat terbuka, para pegawai dapat mengungkapkan gagasan atau pendapat dalam suasana yang rileks dan informal
- d. Memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan dalam membina hubungan yang baik
- e. Penyaluran informasi berjalan dengan baik
- f. Memberikan tugas khusus kepada orang yang ahli dibidangnya

Bila dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang mana menyatakan bahwa suatu individu memiliki dasar-dasar pemikiran untuk bisa menempatkan dirinya dalam situasi tertentu. Dalam hal ini, pemimpin PT. PLN (Persero) telah membuktikan bahwa dirinya bisa memposisikan dirinya sebagai pemimpin yang memiliki sifat keterbukaan dalam berinteraksi dengan pegawainya, kemudian juga mampu untuk merefleksikan dirinya sebagai individu yang mampu memelihara hubungan yang baik dan menjalin kerja sama terhadap para pegawainya dalam mengambil keputusan bersama.

Gaya Komunikasi “The Structuring Style”

Hasil dari wawancara dengan informan menyatakan bahwa gaya komunikasi ini juga diterapkan oleh pimpinan mereka di kantor. Hal ini bisa dibuktikan dengan poin poin sebagai berikut :

- a. Pimpinan objektif dan tidak memihak
- b. Menegaskan ukuran, prosedur atau aturan yang dipakai

Berdasarkan teori interaksi simbolik yang penulis gunakan dalam penelitian ini, peran dari pimpinan sendiri dalam hal penilaian terhadap individu, tidak memandang mereka melalui status yang mereka jabat di kantor. Sebagai contoh, bapak Basuki merupakan orang yang bersifat objektif dan tidak memihak kepada siapapun.

Kemudian, dalam hal komunikasi secara verbal dengan memanfaatkan pesan-pesan tertulis, tanggapan dari para informan juga setuju dengan apa yang disampaikan oleh pimpinan mereka, bahwa ada aturan kerja yang harus ditanamkan dalam benak para pegawai. Dalam hal ini, tata cara perilaku pada suatu organisasi menjadi mutlak karena inilah yang menjadi dasar dari penilaian terhadap masing-masing individu. Pada PT. PLN sendiri, hal ini dinamakan COC (*Code Of Conduct*), adalah panduan berperilaku yang menjabarkan tingkah laku moral dan etika yang berlaku bagi dewan komisaris, direksi dan juga pegawai.

Gaya Komunikasi "The Dynamic Style"

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa gaya komunikasi ini juga digunakan oleh pimpinan mereka. Hal ini bisa dilihat dari beberapa poin sebagai berikut :

- a. Menumbuhkan sikap untuk bertindak
- b. Cukup efektif bila digunakan dalam mengatasi persoalan yang bersifat kritis
- c. Mengendalikan dan agresif

Berdasarkan dari teori interaksi simbolik, sifat yang ditunjukkan oleh pimpinan dalam gaya komunikasi ini dirasa menimbulkan hal yang positif dan juga negatif. *Mindset* yang digunakan dalam proses kerangka berpikir disini jelas menjadi prioritas utama, karena pimpinan dituntut untuk bisa berpikir cepat, sigap dan siap untuk menghadapi sesuatu yang sifatnya mendadak. Tetapi, hal ini juga bisa berdampak kepada para pegawai apabila mereka tidak siap dengan perintah yang diberikan secara dadakan. Di sisi lain, kemampuan pimpinan yang mempunyai pola berpikir seperti ini bisa menjadi hal yang positif atau negatif terhadap hasil kerja nantinya. Kemudian, sisi lain yang terlihat pada pimpinan PT. PLN disini adalah memiliki keagresifan dan bersifat mengendalikan seseorang. Artinya, jika ada suatu kesalahan yang diperbuat oleh karyawan, bisa berdampak kepada pola pemikiran pimpinan karena karakter seseorang bisa saja berubah dengan sendirinya sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang terjadi.

Gaya Komunikasi "The Relinquishing Style"

Hasil wawancara dengan informan juga menunjukkan bahwa gaya komunikasi ini digunakan oleh pimpinan mereka, hal itu bisa terdapat pada beberapa indikatornya, yaitu sebagai berikut:

- a. Bersedia menerima gagasan, pendapat maupun kritikan dari orang lain daripada keinginan untuk memberi perintah
- b. Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain

Berkaitan dengan teori interaksi simbolik, yang penulis rangkum disini adalah bagaimana sifat dari pimpinan ini menjadi tidak seimbang, karena interaksi sosial yang diciptakan tidak berbanding dengan apa yang dipikirkan oleh para pegawai. Makna yang didapat oleh para pegawai dalam diri pimpinan merupakan hal yang positif, karena mereka melihat bahwa ada sesuatu yang tidak mereka rasakan selama menjalin interaksi. Disinilah peran yang dimainkan oleh pimpinan

untuk bisa membuktikan bahwa ada hal yang tidak diketahui oleh pegawainya. Peran pimpinan disini jelas diharapkan bisa menjadi pedoman yang baik yang bisa diikuti oleh individu-individu lainnya. Makna yang coba disampaikan sebetulnya sudah mewakili bagaimana sifat dari pimpinan mereka dalam berinteraksi di kehidupan sosial, hanya saja peran yang dimainkan setiap individu mempunyai nilai tersendiri.

Kesimpulan

Pada bab ini peneliti menarik kesimpulan berdasarkan penyajian data dan pembahasan yang diperoleh dari gaya komunikasi pimpinan PT. PLN (Persero) Area Samarinda adalah :

1. Pimpinan PT. PLN (Persero) menggunakan Gaya komunikasi “*The Equalitarian Style*”, “*The Structuring Style*”, *The Dynamic Style*” dan “*The Relinquishing Style*”. Hasil ini didapat setelah melakukan pencarian data terhadap beberapa informan yang merupakan pegawai dari PT. PLN. Untuk gaya komunikasi yang paling ideal digunakan dalam suatu perusahaan, peneliti memilih kepada gaya komunikasi “*The Equalitarian Style*”. Melihat ciri-ciri di dalamnya yaitu adanya keterbukaan dalam menyampaikan gagasan dan pendapat, serta situasi komunikasi yang berjalan dengan santai dan informal, walaupun situasinya di dalam perkantoran. Kemudian juga arus komunikasi yang terjadi secara dua arah, artinya baik dari pimpinan maupun karyawan, sama-sama mendapatkan *feedback*.
2. “*The Structuring Style*” merupakan gaya komunikasi yang diterapkan untuk lebih memantapkan perintah, tanggung jawab, jadwal dan struktur. Gaya komunikasi ini juga digunakan oleh Pimpinan PT. PLN (Persero) yaitu bapak Basuki Rahman karena beliau bersikap objektif, artinya tidak memihak atau memandang khusus antara karyawan yang satu dengan yang lainnya, melainkan lebih memberikan perhatian kepada seluruh pihak-pihak yang berada di kantor PLN. Kemudian juga menegaskan tentang aturan-aturan dan prosedur kerja yang telah menjadi kewajiban bagi seluruh karyawan dan juga pemimpin.
3. “*The Dynamic Style*” merupakan gaya komunikasi yang diterapkan Pimpinan PT. PLN (Persero) Area Samarinda memiliki tujuan agar para karyawannya selalu siap pada suatu situasi dan kondisi tertentu yang sifatnya terburu-buru. Hal ini dirasa dapat menumbuhkan rasa untuk bertindak secara cepat untuk menguji kesiapan mental dari para karyawannya. Sedangkan untuk gaya komunikasi “*The Relinquishing Style*” ini lebih kepada pengalihan tanggung jawab seorang pemimpin. Karena Bapak Basuki sebagai Pimpinan PT. PLN memiliki tugas yang sangat banyak dalam satu waktu, tugas yang sedang dikerjakan terkadang dialihkan kepada karyawan untuk bisa mewakili apa yang menjadi tugas beliau.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa gaya komunikasi dan proses penyampaian komunikasi dari pimpinan kepada karyawannya bila

dikaitkan dengan teori interaksi simbolik, maka dapat dikatakan sudah mampu memenuhi kebutuhan para pegawai dalam menerima informasi. Hal ini tidak lepas dari bagaimana bahasa tubuh, mimik wajah, dan charisma dari seorang pemimpin mampu memainkan peran karakternya untuk bisa menjadi pribadi yang memiliki banyak karakter. Makna dari penyampaian komunikasi nya sendiri berjalan dengan lancar, karena pemimpin mampu memposisikan dirinya sebagai seseorang yang dapat berinteraksi menggunakan simbol-simbol dan pesan ini dapat dimaknai dengan baik oleh bawahannya.

Saran

Setelah peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, ada beberapa saran mengenai gaya komunikasi, yaitu:

1. Seorang komunikator haruslah pandai dalam menyesuaikan kebutuhan pribadi dengan kebutuhan bersama. Tentu harapan yang diinginkan adalah adanya komunikasi yang efektif diantara komunikator dan komunikan. Penggunaan gaya "*The Equalitarian Style*" ini dirasa sudah cukup efektif apabila digunakan dalam komunikasi organisasi, karena ini menjadi faktor suksesnya suatu perusahaan, karena semua itu dimulai dari pemimpin yang mampu dan memahami situasi dalam organisasinya, termasuk pegawai, staf, dan lain-lain.
2. Bagi PT. PLN (Persero) Area Samarinda agar lebih meningkatkan kualitas berkomunikasi, koordinasi dan menjalin kerjasama tim yang lebih baik lagi agar bisa melayani pelanggan dengan sepenuh hati.
3. Bagi direktur utama PLN, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan gaya komunikasi yang digunakan. Karena, wujud dari perusahaan yang cerdas itu berasal dari pemimpin yang mampu membina baik hubungan internal perusahaan, kemudian hubungan baik dengan eksternal.
4. Bagi karyawan PT. PLN (Persero) agar dapat memahami lagi apa yang menjadi karakter dari seorang pemimpin. Karena dalam hal apapun, karakter seseorang bisa berubah sesuai dengan kondisi yang terjadi. Diharapkan juga lebih sering berkomunikasi dengan waktu yang intens agar dapat lebih dalam mengenal sosok jiwa dari pimpinan.
5. Menjadi seorang komunikator harus dapat menyampaikan pesan lancar, tegas, jelas, agar para komunikan dapat memahami isi dan disampaikan sesuai dengan maknanya.
6. Diharapkan jika di masa mendatang, terdapat penelitian yang gaya komunikasi, maka bisa mengambil dari sisi kebudayaan tinggi rendahnya penggunaan gaya komunikasi.

Daftar Pustaka

A.W, Widjaja. 2000. *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. Jakarta, PT. Rineka Cipta.

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Canghara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Cetakan 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- _____. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Edisi Ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Edisi Cetakan Ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Morissan, M.A. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. 2015. “*Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*”, terjemahan Deddy Mulyana. Edisi Cetakan ke-15. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rivai, Veithzal. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi, Jilid 1*. Edisi Ke-8. Jakarta: Prenhallindo
- _____. 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi Ke-10. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Roeslan, Rosady. 2007. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Edisi Ke-1 Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers
- Santoso, Edi. 2010. *Teori Komunikasi*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Siswanto. 2010. *Pengantar Manajemen*. Edisi Cetakan Ke-6. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P. 2003. *Teori & Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta

- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tubbs, Stewart L dan Moss, Sylvia. 2005. *Human Communication*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Thoha, Miftah. 2008. *Perilaku Organisasi : Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yukl, Gary. 2010. *Kepemimpinan dalam Organisasi. Edisi Ke-5*. Jakarta: PT. Indeks.

Sumber Internet

- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-organisasi-menurut-ahli.html> (Diakses 8 April 2017)
- <http://www.intipsejarah.com/2014/10/sejarah-berdirinya-pt-pln-persero.html> (Diakses 1 Juli 2017)