

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**POLA KOMUNIKASI *MARKETING* PERUMAHAN DUA
PUTRI MANDIRI SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Diajukan Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



Nama : Andrio Satria Kesuma
NPM : 169110082
Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Andrio Satria Kesuma
NPM : 169110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Massa
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Rabu, 9 Maret 2022
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua
Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 7 April 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Fatmawati, S.IP, MM)

Pembimbing


(Dyah Pithaloka, M.Si)



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Andrio Satria Kesuma
NPM : 169110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Massa
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Kamis, 9 Maret 2022
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji Ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 7 April 2022
An. Tim Penguji;

Ketua,


Dyah Pithaloka, M.Si
Mengetahui,
Wakil Dekan I

Penguji


Yudi Daherman, M.I.Kom
Penguji




Cutra Aslinda, M.I.Kom


Idawati, M.I.Kom

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 0505/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal **06 April 2022** maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Kamis Tanggal 7 April 2022 Jam : 11.00-12.00. WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas:

Nama : **Andrio Satria Kesuma**
NPM : 169110082
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar
Nilai Ujian : Angka : "69,08", Huruf : "B-"
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dyah Pithaloka, M.Si	Ketua	1. 
2.	Yudi Daherman, M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Idawati, M.I.Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 7 April 2022
Dekan



Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I. Kom
NPK:150802514

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri
Siak Hulu Kabupaten Kampar

Yang diajukan oleh :

Andrio Satria Kesuma

169110082

Pada tanggal :

7 April 2022

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Muhd AR Imam Riauan, M.I.Kom

Dewan Penguji,

Ketua

Dyah Pithaloka, M.Si

Penguji

Yudi Daherman, M.I.Kom

Penguji

Idawati. M.I. Kom

Tanda Tangan,



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andrio Satria Kesuma
Tempat/Tanggal Lahir : Kampar, 14 Juli 1998
NPM : 169110082
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidik : Strata (S-1)
Alamat/No Telp/HP : Jl. Karya 1 Gg. Kinali, Kec. Marpoyan Damai
Pekanbaru
Judul Penelitian : Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri
Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasi karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (poin-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai dan skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, Juni 2022
Pelaku Pernyataan,



Andrio Satria Kesuma
NPM : 169110082

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT, dengan usaha yang terus dilakukan oleh penulis dalam mengerjakan karya tulis ilmiah (skripsi) ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tujuan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Universitas Islam Riau.

Karya tulis ilmiah (Skripsi) ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya yang selalu memberikan do'a serta dukungan yang tidak pernah bosan untuk membimbing, mengingatkan dan menyadarkan saya untuk dapat segera menyelesaikan tanggungjawab sebagai mahasiswa. Terimakasih atas do'a kalian ibu dan bapak, karena tanpa do'a mereka yang selalu di ucapkan dalam setiap sholat kalian saya tidak akan sampai dititik akhir ini dan terus berusaha agar dapat meraih gelar sarjana. Hanya dengan menyelesaikan tugas akhir ini saya dapat membalas semua jerih payah dan usaha yang telah kalian lakukan hanya demi saya, agar saya dapat meraih kesuksesan.

Semoga ini semua dapat membanggakan keluarga dan dapat membanggakan orang-orang terdekat saya.

MOTTO

-Hal yang sangat berarti dalam kehidupan ini, berusaha dari hal sekecil apapun sampai mendapatkan hasil yang memuaskan dan sampai membuatmu tersenyum

berkat kegigihanmu

(Andrio Satria Kesuma)

-Hidup hanya bisa dimengerti dengan melihat kebelakang, tetapi ia terus berlanjut ke depan

(yosua hohoho)

-Jika kita letih karena kebaikan, maka sesungguhnya kelelahan itu akan hilang dan kebaikan akan kekal

(Umar Bin Khattab)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat yang diberikanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Usulan Penelitian ini yang berjudul “Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.”. Sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik di Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Dalam usaha untuk menyelesaikan Penulisan Usulan Penelitian ini penulis telah banyak diberikan bantuan baik berupa waktu, tenaga, kritik, saran, dan kerjasama diskusi dari pihak-pihak yang berkompeten dan berdedikasi demi kesempurnaan penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada saya penulis terutama kepada:

1. Dr. Muhd AR. Imam Riauan, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Fatmawati, S.IP., M.M, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
3. Dyah Pithaloka, M.Si, selaku Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Skripsi ini.
4. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Pemilik beserta marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

5. Kepada keluarga tercinta Ayah saya dan juga kepada Ibu saya tercinta dan juga kepada saudara-saudara saya tercinta yang senantiasa pengertian dan juga kesabarannya selalu mendoakan saya, memberikan inspirasi dan juga semangat serta bantuan untuk penyelesaian penulisan Penulisan Usulan Penelitian ini.
6. Untuk teman-teman yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam penyelesaian skripsi.

Akhir kata penulis berharap semoga Usulan Penelitian ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta Nusa dan Bangsa, dan juga dapat menambah khasanah cakrawala pemikiran para pembaca.

Wassalammualaikum Wr.Wb

Pekanbaru, Juni 2022
Penulis,

Andrio Satria Kesuma
Npm :169110082

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
SURAT PERNYATAAN	i
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	7
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Literatur.....	10
1. Komunikasi	10
2. Komunikasi Organisasi.....	15
3. Pola Komunikasi.....	22
4. Pengertian Marketing.....	29
B. Defenisi Operasional	30

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian.....	34
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian.....	41
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
2. Identitas Responden.....	46
3. Pola Komunikasi Formal Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.....	49
4. Pola Komunikasi Informal Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.....	61
B. Pembahasan	68
1. Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri	68
2. Hambatan Pola Komunikasi	70
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Informan Subjek Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Rencana Penelitian.....	36
Tabel 4. 1 Distribusi Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat umur.....	48
Tabel 4. 3 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Komunikasi Organisasi.....	18
Gambar 3. 1 Model Analisis	38
Gambar 4. 1 Sitemap Perumahan Dua Putri Mandiri	42
Gambar 4. 2 Pertemuan karyawan pemasaran dengan manajemen Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.....	51
Gambar 4. 3 Susasana Sesaat Sebelum Jam Kerja Berakhir Di Kantor Pemasaran	62
Gambar 4. 3 Diskusi Kepala Marketing bersama staf di Kantor Pemasaran	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Wawancara Penelitian	78
Lampiran II Dokumentasi Penelitian	83



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

POLA KOMUNIKASI *MARKETING* PERUMAHAN DUA PUTRI MANDIRI SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR

Andrio Satria Kesuma
NPM. 169110082

Penelitian ini mengetahui pola komunikasi *Marketing* Perumahan Dua PUTRI Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar. Tipe penelitian ini adalah survey diskriptif, yaitu memprioritaskan daftar wawancara sebagai alat pengumpulan data dan data yang terkumpul dengan alat ini dijadikan bahan utama untuk menganalisis kondisi empiris dan obyektifitas penelitian ini. Adapun informan pada penelitian ini yaitu berjumlah 10 orang. Jenis dan teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara, serta data sekunder yang menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Sementara teknik analisa data yang dipergunakan adalah teknik triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua PUTRI Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar belum berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat jumlah rumah yang terjual tidak sesuai dengan harapan dari pihak perumahan. Aliran pola komunikasi yang terjadi adalah komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, komunikasi lintas-saluran. Penerapan arah aliran informasi menjadikan para anggota organisasi merasa selalu diberitahu, merasa ikut berperan dalam apa yang terjadi, merasa mengetahui apa yang mereka ketahui untuk mengambil keputusan, dan dengan demikian mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Lebih banyak yang saling mempercayai diantara organisasi sebagai hasil dari praktek-praktek komunikasi

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Komunikasi, Marketing

Abstract

MARKETING COMMUNICATION PATTERNS OF TWO PUTRI MANDIRI HOUSING HOUSING SIAK HULU, KAMPAR REGENCY

Andrio Satria Kesuma
NPM.169110082

This study investigates the communication pattern of the Two PUTRI Mandiri Housing Marketing in Siak Hulu, Kampar Regency. This type of research is a descriptive survey, which prioritizes the interview list as a data collection tool and the data collected with this tool is used as the main material to analyze the empirical conditions and the objectivity of this research. The informants in this study amounted to 10 people. The types and techniques of data collection consist of primary data collected using interview techniques, and secondary data using observation and documentation techniques. While the data analysis technique used is triangulation technique. Based on the results of the research on the Marketing Communication Pattern for the Two PUTRI Mandiri Housing in Siak Hulu, Kampar Regency, it has not been going well, it can be seen that the number of houses sold does not match the expectations of the housing party. The flow of communication patterns that occur are downward communication, upward communication, horizontal communication, and cross-channel communication. Applying the direction of the flow of information makes organizational members feel always informed, feel involved in what is happening, feel they know what they know to make decisions, and thus they can make better decisions. More mutual trust between organizations as a result of communication practices

Keywords: Communication Pattern, Communication, Marketing

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi, komunikasi dan bisnis yang membuat pasar bebas berkembang kian pesat, sehingga hal ini mendorong setiap perusahaan untuk bekerja lebih keras agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi berperan penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas. Persaingan yang kian pesat ini memberikan banyak cara bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam sebuah persaingan.

Perusahaan mengalami perkembangan akibat pesatnya kemajuan teknologi komunikasi sangat penting dalam berorganisasi, walaupun komunikasi penting dalam semua tingkat manajemen, tetapi memiliki maksud sebagai sarana memadukan aktivitas-aktivitas dalam berorganisasi atau sarana penghubung antar orang di dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu pentingnya suatu komunikasi menentukan maju mundurnya suatu perusahaan.

Kegiatan-kegiatan dalam usaha penanganan suatu perusahaan tidak lepas dari suatu pola komunikasi, dalam perusahaan pola komunikasi dalam organisasi diharuskan saling merespons dan selalu tanggap dalam menghadapi suatu masalah yang akan dihadapi, agar tidak ada sikap saling curiga atau saling menyalahkan baik dengan atasan maupun dengan karyawan.

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Si pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi. Begitu juga halnya dengan si penerima pesan dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi atau organisasi secara keseluruhan. Istilah proses maksudnya bahwa komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus-menerus, berubah-ubah, dan tidak henti-hentinya. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara si pengirim dan si penerima saling memengaruhi satu sama lain. Perubahan tingkah laku maksudnya perubahan yang terjadi didalam diri individu mungkin dalam hal kognitif, afektif, atau psikomotorik.

Tujuan komunikasi antara lain adalah mengadakan perubahan-perubahan untuk mempengaruhi tindakan dan untuk mencapai kesejahteraan perusahaan. Misalnya, memerlukan informasi tentang harga, kompetisi, teknologi, dan keuangan, serta informasi tentang daur usaha dan aktivitas perusahaan. Komunikasi penting artinya karena komunikasi memadukan fungsi-fungsi manajemen. Secara khusus, komunikasi diperlukan untuk menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan, menyusun rencana untuk mencapai tujuan, mengorganisasi sumber daya manusia dan sumber daya lainnya, dengan cara yang paling efektif dan efisien, menyeleksi, mengembangkan, dan menilai anggota organisasi.

Keberhasilan organisasi mencapai tujuan bukan saja karena masalah keuangan yang memadai, sarana dan prasarana semata tetapi sangat bergantung

pada komunikasi yang digunakan dalam kepemimpinan perusahaan guna menghimpun aktivitas hubungan di antara yang terlibat dalam perusahaan. Organisasi jelas membutuhkan adanya suatu komunikasi yang baik antar individu di dalam organisasi tersebut maupun antara organisasi satu dengan yang lainnya. Kita tahu pentingnya komunikasi organisasi yang baik akan sangat mempengaruhi kinerja dalam suatu organisasi tersebut. Komunikasi dalam suatu organisasi sendiri terbagi atas dua jenis, yaitu komunikasi diluar organisasi (eksternal) dan komunikasi di dalam organisasi (internal). Komunikasi eksternal adalah merupakan komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan di luar organisasi seperti komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan organisasi lain, organisasi dengan stakeholder di luar organisasi, organisasi dengan pemerintah, dan lain sebagainya.

Komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan karena dalam mempelajari komunikasi organisasi dapat memperbaiki organisasi. Selain itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara internalnya harmonis. Komunikasi juga sangat berguna untuk kelangsungan suatu organisasi, dengan adanya studi komunikasi ini organisasi bisa memajukan pengembangan sumber daya manusia, instansi dan tugas-tugas yang lain.

Organisasi merupakan sistem yang terbuka, dinamis, menciptakan komunikasi, dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena menciptakan dan tukar menukar pesan ini berjalan terus menerus dan tidak ada hentinya maka dirumuskan suatu proses yang dapat dirumuskan sebagai suatu kerja sama

berdasarkan suatu pembagian tugas untuk mengarah pada suatu tujuan yang ingin dicapai.

Dalam proses mencapai tujuan organisasi diperlukan adanya komunikasi yang dapat menghubungkan, mengatur dan membina lingkungan organisasi itu menyangkut struktur dan fungsi organisasi, dalam suatu hubungan antara anggotanya, proses informasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi tersebut. Disitulah peran komunikasi organisasi berfungsi menjadikan wadah komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia di dalam suatu kelompok dan memberikan kelancaran yang dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih harmonis serta lebih memahami perencanaan dan mengetahui keberlangsungan aktifitas organisasi tersebut.

Komunikasi yang tidak intens akan menimbulkan *miscommunication* antara pemimpin dan karyawan sehingga mengakibatkan perbedaan pemahaman dan tujuan, yaitu memajukan perusahaan maupun institusi. Dengan komunikasi yang intens antara pengembang perumahan atau developer dan *marketing* akan berdampak kepada jumlah rumah yang terjual.

Unsur kepercayaan yang ada di dalam hubungan seorang atasan dengan marketing perumahan merupakan hal yang penting untuk memastikan hubungan yang erat dan tinggi di antara mereka. Oleh karena itu, dengan berjalannya pola komunikasi yang terstruktur dari seorang atasan maka akan semakin baik pula dalam menjalankan fungsi kepemimpinannya yang salah satunya adalah menumbuhkan, serta mengembangkan etos kerja para karyawannya.

Telah diutarakan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian. Yang dimaksud dengan komunikasi dalam organisasi adalah suatu proses penyampaian informasi, ide-ide, di antara para anggota secara timbal balik dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam organisasi pada dasarnya merupakan suatu kegiatan intern di dalam organisasi. Akan tetapi perlu diketahui bahwa dalam praktik, kegiatan komunikasi dalam organisasi itu dapat melampaui batasan-batasan organisasi itu sendiri. Publikasi-publikasi yang sebenarnya bersifat khusus dan terbatas untuk anggota organisasi sering mendapat perhatian dari publik (orang-orang diluar organisasi).

Oleh karena itu masalah komunikasi dalam organisasi menyangkut dua segi, yaitu masalah itu sendiri dan masalah organisasi, masalah itu sendiri yaitu masalah yang timbul diakibatkan kesalahan antar pribadi baik itu seorang pimpinan atau pun seorang karyawan, sedang masalah organisasi yaitu masalah yang timbul di dalam perusahaan dan harus diselesaikan secara berorganisasi. Semua masalah yang timbul dalam organisasi akan segera teratasi apabila komunikasi yang berlangsung dalam organisasi dapat berjalan dengan baik. Komunikasi dalam organisasi akan berjalan dengan baik apabila arus informasi dalam organisasi diterapkan secara sempurna, sehingga tidak terjadi suatu hambatan dalam penerapan sistem komunikasi organisasi.

Pentingnya pola komunikasi dalam organisasi perlu dilakukan dengan sistem yang baik dan benar di dalam berorganisasi. Di mana kegiatan dalam

perusahaan berorganisasi tidak hanya ada hubungan antar atasan dengan para karyawan, tetapi secara sistem penerapan komunikasi organisasi dalam penciptaan gap sehingga dapat terjalin hubungan timbal balik dalam pencapaian tujuan perusahaan. Komunikasi memegang peranan penting bagi kelancaran jalannya organisasi, yaitu sebagai sumber informasi, dan sebagai pusat ingatan bagi organisasi (Wursanto, 2013).

Pola komunikasi pada suatu perusahaan atau instansi baik secara menyeluruh ataupun divisi menggambarkan bagaimana bentuk komunikasi yang terjalin dalam lingkungan perusahaan atau instansi tersebut. Pola komunikasi yang terbentuk setiap harinya dapat mempengaruhi etos kerja karyawan sehingga dibutuhkan pola komunikasi yang terstruktur agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan dalam penyampaian informasi saat dalam bekerja.

Begitu pula dengan pola komunikasi yang terbentuk di Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam mengembangkan etos kerja para marketing perumahan. Sebuah kesuksesan yang dicapai setiap bagian perusahaan khususnya di Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar tidak terlepas dari besarnya intensitas komunikasi yang dilakukan antara developer atau pihak pengembang perumahan dan marketingnya. Hal tersebut dikarenakan semua keputusan dan tindakan pada aktivitas kerja terpusat pada instruksi, informasi dan perintah dari perusahaan dan marketing tersebut.

Adapun fenomena yang ditemukan di lapangan diantaranya adalah :

1. Kurangnya komunikasi yang dilakukan antara pimpinan perumahan dengan para marketing.

2. Komunikasi yang terjalin antara marketing juga dinilai masih kurang, hal ini terlihat pada saat dilakukan pengamatan mereka cenderung hanya berkomunikasi pada orang-orang tertentu saja

Dalam Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar komunikasi organisasi menggunakan alur struktur organisasinya, akan tetapi di lapangan masih terjadi tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini terlihat dari para marketing ikut dilibatkan dalam menghadapi berbagai masalah yang dihadapi oleh pimpinan yang sekaligus juga merupakan masalah organisasi. Hal ini merupakan dorongan kepada marketing untuk lebih meningkatkan kreativitas dan semangat kerja sesuai dengan batasan kemampuan masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik dengan fakta bahwa dalam komunitas setiap anggota harus mampu berkomunikasi dengan baik dan mencapai suatu kesepahaman yang sama agar tujuan tercapai. Sehingga peneliti tertarik untuk membuat sebuah kajian ilmiah serta menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul **-Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar**l.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana arus komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar?

3. Bagaimana Hambatan Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar?

C. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini di fokuskan kepada Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu –Bagaimana Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar?l.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus penelitian maka tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pola komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan penelitian dan sumber bacaan kajian ilmu komunikasi mengenai pola komunikasi kelompok pada khususnya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis memberikan gambaran dan informasi tentang pola komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama- sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjukkan pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan (Fajar, 2009:25).

Pada hakikatnya, komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia, yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam bahasa komunikasi, -pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*)¹. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (Effendy 2012:35).

Di antara para ahli sosiologi, ahli psikologi, dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi adalah Carl I. Hovland. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah -Upaya yang

sistematis untuk merumuskan secara tegas asa-asis penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Menurut Widjaja (2010:56) Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama atau sama maknanya atau pengertian bersama, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima pesan dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, dan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Kemudian Tarimrin (2014:55) Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pertanyaan oleh seseorang kepada orang lain. Arni Muhammad mengatakan bahwa komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Anwar Arifin mendefinisikan komunikasi adalah pesan dan tindakan manusia dalam konteks sosial dengan segala aspeknya. Dari beberapa pengertian yang dikemukakan di atas, maka secara ringkas komunikasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan mendapatkan tanggapan.

Lebih lanjut Stewart dalam Mulyana (2011:71) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pembentukan makna antara dua orang atau lebih. Senada dengan pendapat Hovland dalam Muhammad (2012:86) bahwa

komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Menurut Ahmad (2014:75) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pertanyaan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku, mendefinisikan komunikasi adalah pesan dan tindakan manusia dalam konteks sosial dengan segala aspeknya.

b. Gangguan Komunikasi

Menurut Hafied (2010:88) untuk mencapai proses komunikasi yang efektif antara komunikator dan komunikan ada beberapa yang harus diperhatikan agar mampu mencapai kesepakatan bersama di antaranya adalah :

- 1) Gangguan teknis, ini terjadi jika kesalahan suatu alat yang digunakan dalam komunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan sulit untuk diterima atau difahami oleh komunikan.
- 2) Gangguan simantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Gangguan simantik ini disebabkan ada beberapa hal antara lain:
 - a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai bahasa asing sehingga sulit untuk difahami oleh komunikator
 - b) Struktur bahasa tidak menggunakan sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan komunikator.
 - c) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan

- 3) Gangguan psikologi rintangan ini terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh persoalan- persoalan yang terjadi pada diri individu
- 4) Rintangan fisik / organik, rintangan fisik ini adalah rintangan yang disebabkan oleh kondisi geografis misalnya jarak sosial diantara peserta komunikasi, seperti senior dan junior.
- 5) Rintangan kerangka berpikir adalah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan terhadap khalayak terhadap yang digunakan dalam berkomunikasi, ini disebabkan latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.
- 6) Rintangan budaya adalah rintangan yang disebabkan karena perbedaan norma kebiasaan dan nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

c. Tipe Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Ruslan dan Widjaja (2017:77) yaitu:

-Pengertian kata komunikasi itu sendiri berasal dari bahasa latin; *communicatio* yang berarti -pemberitahuan atau -pertukaran pikiran. Jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur – unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Memperhatikan pandangan para pakar di atas, maka komunikasi terdiri atas lima tipe:

- a. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), yaitu proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Fokusnya adalah

pada bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya. Umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui panca inderanya.

- b. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), yaitu komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (non-media) atau tidak langsung (media). Fokus teori ini adalah pada bentuk bentuk dan sifat hubungan, percakapan, interaksi dan karakteristik komunikator.
- c. Komunikasi kelompok, fokus pada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar pribadi, namun pembahasannya berkaitan dengan dinamika kelompok, efisiensi dan efektifitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi serta pembuatan keputusan.
- d. Komunikasi organisasi, mengarah pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal. Pembahasan teori ini menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasiannya serta budaya organisasi.
- e. Komunikasi Massa, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang besar.

Proses komunikasi melibatkan ke empat teori sebelumnya. Teori ini secara umum memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak komunikasi massa terhadap individu

2. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan. Definisi kunci dalam perspektif ini meliputi sosial yakni komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi, proses berarti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir, simbol merupakan representasi dari fenomena, dan lingkungan yakni situasi atau konteks di mana komunikasi itu terjadi (West & Turner, 2013: 5).

Menurut Muhammad (2017:59) Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan organisasi dalam komunikasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, dan lain-lain.

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dialih bahasakan oleh Mulyana (2011: 31-32) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Unit komunikasi organisasi adalah hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi) yang berada dalam

organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan.

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi di dalam latar kepentingan organisasi. Organisasi adalah kegiatan-kegiatan sejumlah orang yang di koordinasi ke arah pencapaian tujuan bersama, yang merupakan kekuatan sosial yang khas dari masyarakat industri dan pasca-industri. (Hardjana:2016:79).

Goldhaber dalam buku Komunikasi Organisasi Lengkap, memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai *Organizational communication is the process of creating and exchanging messages with a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*. Terjemahannya: komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam rangkaian hubungan yang selalu berubah-ubah.

Pace Faules (1998) dalam Masmuh (2010: 5) mengklasifikasikan definisi komunikasi organisasi menjadi dua, yakni definisi fungsional dan definisi interpretatif. Definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Adapun definisi komunikasi organisasi yaitu sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi dalam hubungan-hubungan Hirarki antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas

manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti; saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra, dan masih banyak lagi. (Ruliana, 2016:85).

b. Jenis Komunikasi organisasi

Dalam komunikasi organisasi cenderung menggunakan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal:

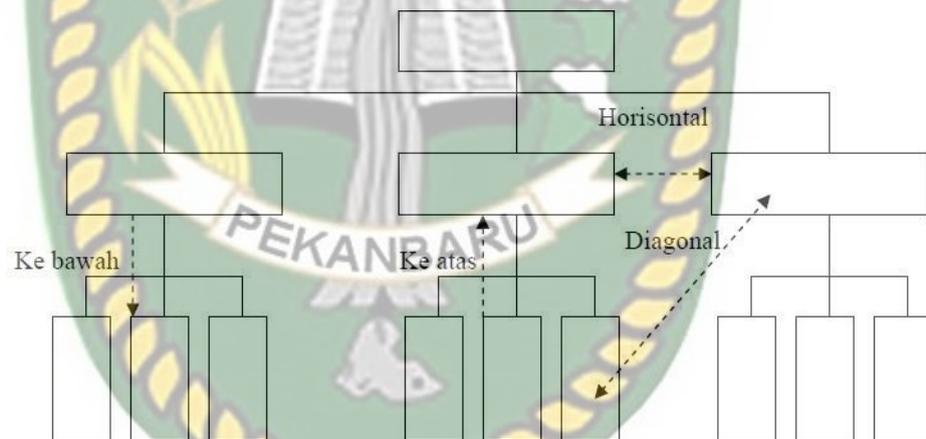
- a) Komunikasi Verbal Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis maupun lisan. Karena kenyataannya ide-ide pemikiran atau keputusan lebih mudah disampaikan secara verbal dibandingkan dengan non verbal sehingga komunikan dapat lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator. Contoh komunikasi verbal secara lisan, dapat melalui media seperti seseorang yang sedang bercakap melalui telepon. Sedangkan secara tertulis melalui media berupa surat, lukisan, grafik, Dll.
- b) Komunikasi Non Verbal Komunikasi Non Verbal merupakan penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Komunikasi verbal tidak akan efektif hanya karena komunikasinya tidak menggunakan komunikasi non verbal dalam waktu yang bersamaan. Melalui komunikasi non verbal orang bias menarik suatu kesimpulan tentang

berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen tanpa harus mengatakannya. (Aprini,2014:77).

c. Aliran Informasi Dalam Komunikasi Organisasi

Dalam organisasi yang efektif, komunikasi mengalir ke berbagai arah, tetapi banyak bukti bahwa masalah akan timbul apabila hanya bentuk komunikasi seperti itu yang ada. Menurut Pace dan Faules (2010: 183) komunikasi harus dimulai dengan penerima, arus komunikasi maka dibagi menjadi sebagai berikut:

Gambar 2.1
Model Komunikasi Organisasi



Pace dan Faules (2010: 183) mengungkapkan arah aliran informasi dalam organisasi dibagi menjadi lima yakni:

a) Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada yang berotoritas lebih rendah. Menurut Katz dan Kahn (1966) dalam Pace dan Faules (2010: 183) ada

lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan yakni:

1. Informasi bagaimana melakukan pekerjaan
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan,
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi,
4. Informasi mengenai kinerja pegawai,
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (sense of mission).

b) Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (kepala bidang/bagian). Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi ke atas. Atasan dan manajer harus menerima informasi dari bawahan untuk:

1. Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan, terkait pekerjaan, prestasi, kemajuan dan rencana-rencana yang akan datang.
2. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
3. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unitnya atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
4. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaannya, rekan kerjanya dan organisasi.

c) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama.

Komunikasi horizontal muncul dengan enam alasan yakni:

1. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja,
 2. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan,
 3. Untuk memecahkan masalah,
 4. Untuk memperoleh pemahaman bersama,
 5. Untuk mendamaikan, berunding dan menengahi perbedaan,
 6. Untuk menumbuhkan dukungan antarpersona.
- d) Komunikasi Lintas-Saluran

Kebanyakan organisasi, muncul keinginan pegawai untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahannya. Mobilitas tinggi yang dimiliki membuatnya dapat mengunjungi bagian lain atau meninggalkan kantor hanya untuk terlibat dalam komunikasi informal.

- e) Komunikasi Informal, Pribadi atau Selentingan

Informasi informal/ personal ini muncul dari interaksi di antara orang-orang, informasi mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga dan jaringannya digolongkan sebagai selentingan (grapevine). Istilah komunikasi, selentingan digambarkan sebagai metode penyampaian laporan rahasia dari orang ke orang yang tidak dapat diperoleh melalui saluran biasa

d. Fungsi, Tujuan dan Ciri Organisasi

Terdapat beberapa fungsi tujuan organisasi, antara lain :

1. Pedoman bagi kegiatan. Ini dilakukan melalui penggambaran hasil-hasil di waktu yang akan datang. Fungsi tujuan memberikan arah dan pemutusan kegiatan organisasi mengenai apa yang harus dan tidak harus dilakukan.
2. Sumber Legitimasi. Ini akan meningkatkan kemampuan organisasi untuk mendapatkan sumber daya dan dukungan dari lingkungan di sekitarnya.
3. Standar pelaksanaan. Bila tujuan dilaksanakan secara jelas dan dipahami, ini dapat memberikan standar langsung bagi penilaian pelaksanaan kegiatan (prestasi) organisasi.
4. Standar motivasi. Ini berfungsi sebagai motivasi dan identifikasi karyawan yang penting. Pada kenyataannya, tujuan organisasi sering memberikan insentif
5. Dasar rasional pengorganisasian. Tujuan organisasi merupakan suatu dasar perancangan organisasi.

Adapun ciri-ciri suatu organisasi adalah sebagai berikut (Jauhan, 2013:79):

1. Lembaga social yang terdiri atas kumpulan orang dengan berbagai pola interaksi yang ditetapkan.
2. Dikembangkan untuk mencapai tujuan.
3. Secara sadar dikoordinasikan dan, dengan sengaja, disusun.
4. Instrument social yang mempunyai batasan yang secara relatif dapat diidentifikasi.

3. Pola Komunikasi

Menurut Effendy (dalam Gunawan, 2013:82) pola komunikasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur—unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.

Pola sebagaimana dikemukakan (Oliver 2015:79) artinya adalah serangkaian dalam suatu tindakan. Sedangkan Komunikasi adalah -suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2015:55).

Komunikasi timbul karena seseorang ingin menyampaikan informasi kepada orang lain. Informasi ini membuat seseorang sama pengertiannya dengan orang lain dan ada kemungkinan berlainan, karena informasi yang dikomunikasikan tersebut membuat orang-orang mempunyai kesamaan dan perbedaan pengertian. Kesamaan atau perbedaan ini disebabkan persepsi orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Dengan merujuk apa yang dijelaskan di atas, maka Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, 2011:79).

a. Kategori Pola Komunikasi

Proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu; pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular.

1. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (symbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang nirverbal (*non verbal symbol*)

2. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Kalau komunikannya jauh, dipergunakanlah surat atau telepon; jika banyak dipakailah perangkat penguat suara; apabila jauh dan banyak; dipergunakan surat kabar, radio atau televisi.

3. Pola Komunikasi Linier

Istilah linier mengandung makna lurus. Jadi proses linier berarti perjalanan dari suatu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi pola komunikasi linier adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linier berlangsung baik dalam

situasi komunikasi tatap muka (*face to face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*). Komunikasi tatap muka, baik komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) maupun komunikasi kelompok (*group communication*) meskipun memungkinkan terjadinya dialog, tetapi adakalanya berlangsung linier.

4. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular sebagai terjemahan dari perkataan *-circular* secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan dari perkataan linier tadi yang bermakna lurus. Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan pola komunikasi sirkular itu adalah terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu adakalanya feedback tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah *-response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting, karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu berhasil atau gagal, dengan lain perkataan apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif ia patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga ia harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

b. Jenis Pola Komunikasi

Menurut Purwanto (2011) secara umum, pola komunikasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Saluran Komunikasi Formal

Dalam struktur organisasi garis fungsional maupun matriks, akan tampak berbagai macam posisi atau kedudukan masing-masing sesuai dengan batas tanggung jawab dan wewenangnya. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari manajer kepada bawahan ataupun dari manajer kepada karyawan, pola transformasi informasinya dapat berbentuk komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi dari bawah ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Jenis komunikasi formal, sebagai berikut:

a. Komunikasi dari Atas ke Bawah

Aliran komunikasi dari manajer ke bawahan umumnya terkait dengan tanggung jawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi. Seorang manajer yang menggunakan jalur komunikasi ke bawah memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Jalur komunikasi yang berasal dari atas ke bawah merupakan penyampaian pesan yang dapat berbentuk perintah, instruksi maupun prosedur untuk dijalankan para bawahan dengan sebaik-baiknya. Untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, perlu diperhatikan penggunaan bahasa yang sama, sederhana, tidak bertele-tele dan mudah dipahami dalam penyampaian pesan.

Komunikasi dari atas ke bawah dapat berbentuk lisan maupun tertulis. Komunikasi secara lisan dapat berupa percakapan biasa, wawancara

formal antara supervisor dengan karyawan atau dapat juga dalam bentuk pertemuan atau diskusi kelompok. Komunikasi tertulis juga dapat berbentuk memo, manual pelatihan, kotak informasi, surat tugas, surat perintah, surat keputusan, surat pemberhentian atau pemecatan, papan pengumuman dan buku petunjuk pelaksanaan tugas bagi karyawan.

Menurut Katz dan Kahn komunikasi ke bawah mempunyai 5 (lima) tujuan pokok, yaitu:

- Memberikan pengarahan atau instruksi kerja tertentu,
- Memberikan informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan,
- Memberikan informasi tentang prosedur dan praktik organisasional,
- Memberikan umpan balik pelaksanaan kerja kepada para karyawan,
- Menyajikan informasi mengenai aspek ideologi dalam membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

Saluran komunikasi dari atas ke bawah memiliki satu kelemahan yaitu kemungkinan terjadinya penyaringan ataupun sensor informasi penting yang ditujukan ke para bawahannya. Ketidaklengkapan pesan yang diterima disebabkan oleh saluran komunikasi yang cukup panjang mulai dari manajer puncak hingga ke karyawannya. Maka, dalam penyampaian pesan perlu diperhatikan panjangnya saluran komunikasi yang digunakan dan kompleksitas pesan yang ingin disampaikan kepada para karyawannya.

b. Komunikasi dari Bawah ke Atas

Dalam struktur organisasi, komunikasi dari bawah ke atas berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah menuju keatas. Untuk mencapai

keberhasilan komunikasi dari bawah ke atas, para manajer harus percaya penuh kepada para bawahannya. Saluran komunikasi dari bawah ke atas memiliki satu kelemahan yaitu kemungkinan bawahan hanya menyampaikan informasi yang baik-baik saja, sedangkan informasi yang mempunyai kesan negatif atau tidak disenangi oleh manajer cenderung disimpan dan tidak disampaikan.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal sering disebut juga dengan istilah komunikasi lateral, yaitu komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi. Tujuan komunikasi horizontal adalah untuk melakukan persuasi, mempengaruhi dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar. Komunikasi horizontal bersifat koordinatif diantara karyawan yang memiliki posisi sederajat, baik di dalam satu departemen maupun diantara beberapa departemen.

d. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Bentuk komunikasi diagonal menyimpang dari bentuk-bentuk komunikasi tradisional yang ada seperti komunikasi dari bawah ke atas dan komunikasi dari atas ke bawah. Suatu studi penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa baik komunikasi lateral maupun komunikasi diagonal lebih banyak diterapkan dalam suatu organisasi berskala besar manakala terdapat saling ketergantungan antar bagian atau antar departemen

yang ada dalam organisasi tersebut. Bentuk komunikasi diagonal memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

- Penyebaran informasi bisa menjadi lebih cepat daripada bentuk komunikasi tradisional;
- Memungkinkan individu dari berbagai bagian atau departemen ikut membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Komunikasi diagonal memiliki satu kelemahan yaitu bahwa komunikasi diagonal dapat mengganggu jalur komunikasi yang rutin dan telah berjalan normal. Komunikasi diagonal dalam suatu organisasi besar juga sulit untuk dikendalikan secara efektif.

Menurut Purwanto (2011), meskipun sangat penting bagi organisasi besar, namun dampak saluran komunikasi formal kurang menguntungkan dari sudut pandang individual maupun perusahaan. Dilihat dari sudut pandang individual, komunikasi formal sering membuat frustrasi atau menjengkelkan bagi pihak tertentu, khususnya mengenai keterbatasan untuk masuk ke dalam proses pengambilan keputusan. Dari sudut pandang perusahaan, masalah terbesar dengan saluran komunikasi formal adalah kemungkinan munculnya distorsi atau gangguan penyampaian informasi ke level yang lebih tinggi, karena setiap keterkaitan (link) dalam jalur komunikasi berpotensi menimbulkan kesalahpahaman.

Namun, hal tersebut dapat diatasi dengan cara mengurangi jumlah tingkatan dalam struktur organisasi. Semakin sedikit kaitan dalam jalur komunikasi, semakin sedikit kemungkinan terjadinya kesalahpahaman.

2. Saluran Komunikasi Informal

Keberadaan jaringan komunikasi informal dalam suatu organisasi tidak dapat dihindari. Jaringan ini dapat digunakan juga oleh para manajer untuk memonitor para karyawannya dalam melakukan tugasnya. Dalam jaringan komunikasi informal, orang-orang yang ada dalam suatu organisasi, tanpa memedulikan jenjang hierarki, pangkat dan kedudukan atau jabatan, dapat berkomunikasi secara luas.

4. Pengertian Marketing

Definisi Marketing adalah serangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik dengan cara memproduksi produk kemudian memberikan harga dan mempromosikannya kepada konsumen sehingga terjadilah penjualan. Definisi lain dari marketing bisa disebut sebagai beberapa aktivitas yang saling berhubungan guna memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari apa yang dibeli oleh konsumen. Marketing memang dekat dengan dengan kehidupan sehari-hari, karena marketing ditugaskan di lapangan dan bersentuhan langsung dengan masyarakat.

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:105), -Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.¶

Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012:122), -Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter.¶ Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan.

Menurut (Armstrong, 2015:109), -Pemasaran (marketing) adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Marketing property (perumahan) adalah cara yang digunakan seseorang dalam menyebarkan informasi tentang unit bangunan atau tanah yang diperjual-belikan sesuai dengan pangsa atau target pasar. Cara pemasarannya terstruktur, masal, dan berulang dengan tujuan menjual properti yang dimaksud.

B. Defenisi Operasional

Sehubungan dengan penelitian yang berjudul Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, maka definisi operasionalnya sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia, yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.
2. Pola komunikasi suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai pedoman dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian sebelumnya yang telah meneliti sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1.	Loreno Galaxy Deo Pradana. 2013. Komunikasi Bisnis, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya	Pola Komunikasi Dalam Hubungan Antara Karyawan Tenancy Mall Olympic Garden Dengan Tenant	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif	Ditemukan bahwa Pola komunikasi yang terjadi adalah secara upward vertikal. Pola komunikasi yang diciptakan tenancy. Kesenjangan komunikasi muncul karena keajegan perilaku yang ditunjukkan tenant merupakan perilaku negatif. Tenancy memberikan anggapan bahwa perilaku tersebut akan terus berulang.

No.	Nama	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
				Komunikasi yang diciptakan kedua pihak bergantung prinsip budaya kerja tiap individu. Prinsip Budaya kerja mempengaruhi cara berkomunikasi dan mempengaruhi harapan-harapan karyawan.
2.	Yusuf, 2018 Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta	Pola Komunikasi Organisasi Dalam Upaya Penanaman Budaya Islam Di Organisasi Tapak Suci Unit 003 UMS	penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis etnografi.	Kesimpulan penelitian menyatakan bahwa komunikasi dalam organisasi Tapak Suci sudah terbangun dengan baik melalui berbagai kegiatan-kegiatan baik yang berhubungan langsung dengan latihan dan pertandingan maupun dalam aktivitas diorganisasi pada umumnya.
3.	Firman 2018, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar	Pola Komunikasi Public Relations PT. Vale Indonesia Tbk Dalam Upaya	deskriptif kualitatif yang dilakukan kepada lima infirman	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pola komunikasi public relations dalam membangun citra perusahaan melalui

No.	Nama	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
		Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM)	penelitian untuk mendeskripsikan secara menyeluruh dengan menganalisis fenomena	program PTPM dikonsepsikan dengan pola komunikasi sirkular dengan bentuk musyawarah pada setiap tahapan program dengan proses komunikasi secara terus menerus dan saling berhubungan antara tahapan satu dan tahapan selanjutnya. pada program PTPM pola komunikasi sirkular menjawab keluhan-keluhan dengan melihat dan menilai konsep perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan yang melibatkan masyarakat secara langsung.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Buku yang ditulis oleh (Sugiyono 2012:42), pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan metode analisis data secara kualitatif bersifat memaparkan hasil temuan secara mendalam melalui pendekatan bukan angka atau nonstatistik. Analisis ini cenderung mengakomodasi setiap data atau tanggapan narasumber atau *key informan* yang diperoleh selama pengumpulan data agar mampu memperkaya wawasan (*insight*). Metode analisis kualitatif merupakan suatu sasaran yang dapat diamati sebagaimana yang terlihat, terdengar, tercium, terbaca yang berbentuk informasi yang bisa direkam, dicatat sebagaimana yang sesuai dengan yang diucapkan dari narasumber.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang menjadi informan dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah *Marketing* tetap

Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang, kemudian penghuni pada Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang.

Tabel 3. 1
Informan Subjek Penelitian

No	Nama Informan	Pekerjaan	Ket
1	M. Ridwan	Kepala Marketing	Marketing Perumahan
2	Herman	Marketing	Marketing Perumahan
3	Budi Santoso	Marketing	Marketing Perumahan
4	Setiadi	Marketing	Marketing Perumahan
5	Siti Maimudan	Marketing	Marketing Perumahan
6	Bpk Sugiono	PNS	Konsumen
7	Bpk Asri	Karyawan	Konsumen
8	Ibu Asni	IRT	Konsumen
9	Ibu Amanda	IRT	Konsumen
10	Bpk Dedi	Wiraswasta	Konsumen

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar. Peneliti harus memahami dan menguasai mengenai pengetahuan dasar pada objek penelitian yang akan diteliti.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pola Komunikasi *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.

2. Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Kampar. Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Oktober 2021 sampai Mei 2022.

Adapun jadwal proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jadwal Kegiatan Rencana Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Okt 2021				Nov 2021				April 2022				Mei 2022				Juni 2022			
		1	2	3	4	2	3	4	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP			X	X																
2	Seminar UP								X												
3	Riset									X											
4	Penelitian Lapangan									X	X										
5	Pengolahan Analisis Data											X	X								
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi													X	X						
7	Ujian Skripsi																X				
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi																	X	X		
9	Penggandaan serta penyerahan Skripsi																				X

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian yaitu, data primer, data yang diperoleh secara langsung dari sumber berupa tanggapan langsung responden yang berhubungan dengan judul penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan berhubungan dengan penelitian ini, maka penulis melakukan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang melakukan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung ke lapangan untuk memperoleh data subjektif yang berkaitan dengan persoalan yang dibahas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi diperlukan sebagai pelengkap data penelitian.

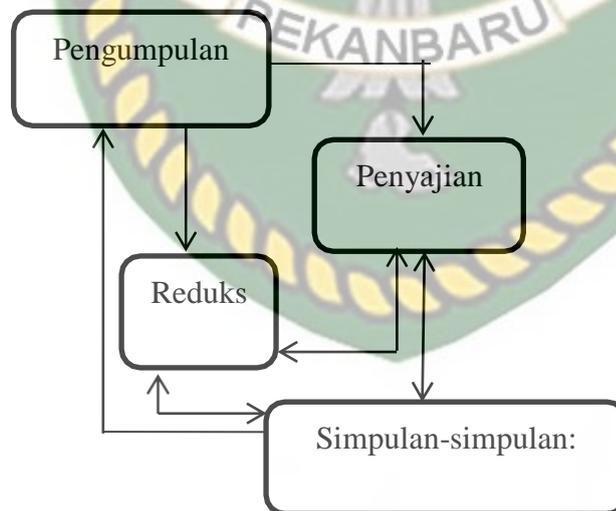
4. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun data dan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Data atau informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis, disertasi maupun sumber-sumber ilmiah lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam rangka memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Hal ini disebabkan, data akan menuntun kita ke arah temuan ilmiah, bila di analisis. Analisis data ialah langkah selanjutnya untuk mengolah data dari hasil penelitian menjadi data, dimana data diperoleh, di kerjakan dan di manfaatkan sedemikian rupa untuk menyimpulkan persoalan yang di ajukan dalam menyusun hasil penelitian. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif (*interactive model of analysis*). Dalam model ini terdapat 3 komponen pokok. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiono (2012:75) ketiga komponen tersebut yaitu : Bagan serta penjelasan model analisis tersebut adalah sebagai berikut :

Gambar 3. 1
Model Analisis



Sumber: Analisis Data Kualitatif Model Interaktif (Sugiyono 2012)

Adapun penjelasan dari model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahap mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, penelitian kepustakaan dan dokumentasi serta data-data sekunder lainnya.

2. Reduksi Data

Proses reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data -kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan. Proses reduksi data bukanlah proses yang sekali jadi, tetapi sebuah proses yang berulang selama proses penelitian kualitatif berlangsung. Data yang diperoleh lapangan kemudian direduksi oleh peneliti dengan cara klasifikasi data, menelusuri tema-tema, membuat gugus, membuat pertisi, menulis memo, dan selanjutnya dilakukan pilihan terhadap data yang diperoleh lapangan, kemudian dari data itu mana yang relevan dan mana yang tidak relevan dengan permasalahan dan fokus penelitian. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, samapai laporan akhir secara lengkap tersusun.

3. Penyajian Data

Penyajian data dimaknai sebagai sekumpulan informasi yang tersusun, yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencemari penyajian data ini, maka akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya meneruskan analisis atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan tersebut. Hal ini dilakukan untk memudahkan bagi peneliti melihat

gambaran dan bagian-bagian tertentu dari data penelitian, sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan.

4. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis interaktif keempat adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Sedang verifikasi merupakan kegiatan pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis selama peneliti mencatat, atau suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau peninjauan kembali serta tukar pikiran antara teman sejawat untuk mengembangkan –kesempatan intersubjektif dengan kata lain makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya (validitasnya), verifikasi dalam penelitian dilakukan secara kontinyu sepanjang penelitian verifikasi oleh peneliti, dimaksudkan untuk menganalisis dan mencari makna dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari tema, pola hubungan, permasalahan yang muncul, hipotesis yang disimpulkan secara relative, sehingga terbentuk proposisi tertentu yang bisa mendukung teori ataupun penyempurnaan teori.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Perusahaan

Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dibangun dan dikembangkan oleh PT Asahan Jaya Bertuah, Perumahan Dua Putri Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang developer dan agen properti Komersil yang membangun serta memasarkan beberapa tipe perumahan yang ada di kota Pekanbaru dan sekitarnya. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 24 Juli 2015,

PT Asahan Jaya Bertuah beralamat di jalan yang beralamatkan di Jl. Bundo Kandung Komp. Abinaya Residence Blok I - 12 Kec. Payung Sekaki Kota Pekanbaru. Latar Belakang didirikannya PT Asahan Jaya Bertuah adalah karena pemikiran bapak Gunawan Wijaya yang melihat kebutuhan akan hunian rumah dan ruko sebagai tempat usaha yang semakin meningkat, banyaknya pendatang dari luar Pekanbaru yang ingin mencari tempat tinggal di Pekanbaru membuat bapak Gunawan Wijaya tertarik melihat adanya peluang bisnis yang harus dikembangkan dan dikelola.

Awalnya perusahaan ini bergerak di bidang agency properti komersial tapi beberapa tahun terakhir ini perusahaan juga bergerak di bidang developer perumahan maupun ruko. PT Asahan Jaya Bertuah dalam proses produksinya

menggunakan sistem, membangun seluruh rumah terlebih dahulu baru kemudian memasarkannya, tetapi karena dirasa kurang efektif, maka saat ini perusahaan menggunakan sistem made by order, dengan sistem baru ini perusahaan hanya membangun satu rumah dari tiap tipe sebagai contoh. Jadi dengan kata lain, perusahaan memasarkan konsep perumahannya terlebih dahulu baru membangunnya sesudah terjadi kesepakatan dengan pembeli. Konsep yang sekarang ini dirasa jauh lebih efektif karena akan meminimalisir kerugian, yaitu berupa rumah yang tidak laku dijual. PT Asahan Jaya Bertuah juga menerima jasa pemasaran dari perusahaan-perusahaan developer lain dengan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Gambar 4. 1
Sitemap Perumahan Dua Putri Mandiri



Sumber : Perumahan Dua Putri Mandiri

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Asahan Jaya Bertuah

1. Menjadi pemimpin pasar yang kuat dan siap berkompetisi dengan para pesaing dalam hal pengembangan produk.
2. Sebagai perusahaan yang selalu menghasilkan produk yang lebih berkualitas.

Misi PT Asahan Jaya Bertuah

1. Memberikan yang terbaik bagi konsumen dengan tetap konsisten dalam menjaga mutu dan kualitas produk yang ditawarkan.
2. Menciptakan sistem pembayaran yang baik dan fleksibel.
3. Menetapkan harga yang baik dan mampu bersaing di pasaran
4. Memberikan mutu pelayanan serta kepuasan bagi pelanggan.
5. Menciptakan citra terbaik untuk perusahaan
6. Mengadakan pengembangan organisasi dan sekaligus merancang sistem kerjanya secara efektif dan efisien
7. Memperlancar penyelesaian masalah penting dan mendesak yang berkualitas dengan adanya pengembangan usaha
8. Meningkatkan kinerja karyawan dan sekaligus kinerja unit kegiatan.

c. Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan

Struktur organisasi adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara fungsi yang terdapat dalam suatu organisasi. Struktur organisasi sangat penting sekali bagi perusahaan karena dengan adanya struktur organisasi memudahkan dalam mengkoordinir pelaksanaan tugas dan tanggung jawab.

Dalam menyusun struktur organisasi hendaklah jelas tujuan dan sasaran dari perusahaan, dan siapa yang mempunyai wewenang atas setiap bagian dari pekerjaan.

Pembagian tugas terhadap bawahan dapat menghindari terjadinya duplikasi tugas, sehingga karyawan tahu setiap pekerjaan apa yang harus mereka kerjakan. Dengan demikian masing-masing tugas dapat terkoordinir ke satu arah dan tujuan. Struktur organisasi memungkinkan perusahaan untuk menjaga stabilitas dan kontinuitas pengorganisasian yang terdapat didalam perusahaan. Struktur organisasi setiap perusahaan berbeda-beda, tergantung pada bentuk dan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan. Untuk mengetahui lebih jelas tentang pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing divisi, maka berikut struktur organisasi PT Asahan Jaya Bertuah.

1. Direktur Utama

- Menetapkan kebijaksanaan, sasaran, dan tujuan umum yang akan dicapai perusahaan.
- Merumuskan dan menetapkan strategi perusahaan serta membuat perencanaan jangka panjang.
- Mengkoordinasikan setiap bagian dalam perusahaan dalam menjalankan rencana kerja yang telah ditetapkan.
- Bertanggung jawab secara umum atas kelancaran operasional perusahaan.
- Menganalisa berbagai usulan mengenai kesempatan untuk mengadakan perluasan usaha yang bersifat menguntungkan serta membicarakan hal ini dengan komisaris.

- Mengadakan evaluasi terhadap hasil kegiatan perusahaan.

2. General Manajer

- Mengevaluasi hasil kerja para manajer.
- Mengamati kinerja yang dimiliki para manajer.
- Bertanggung jawab kepada direktur atas hasil kerja yang dihasilkan oleh para manajer.

3. Manajer Pemasaran

- Menjalankan fungsi pengawasan terhadap strategi dan kebijakan pemasaran khususnya promosi penjualan.
- Menilai dan mengamati perluasan daerah penjualan yang telah dicapai perusahaan dengan perbandingan pada perusahaan yang sejenis yang menjadi saingan dalam bisnis.
- Mengadakan analisis terhadap pesaing.
- Mengusahakan tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan. • Mengawasi kinerja staf promosi.
- Bertanggung jawab kepada general manajer secara umum.

4. Manajer Proyek

- Menyusun rancangan kegiatan rencana yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- Membuat gambaran proyek yang akan dikembangkan oleh perusahaan.
- Menentukan batas waktu yang harus diselesaikan untuk sebuah proyek.
- Mengawasi kinerja site manajer.
- Bertanggung jawab kepada general manajer secara umum.

5. Manajer Keuangan

- Membuat laporan secara periodik.
- Memeriksa dan menganalisa arus kas perusahaan.
- Mengawasi, memeriksa serta memiliki kegiatan akuntansi dan keuangan.
- Menetapkan dan melaksanakan sistem dan prosedur akuntansi.
- Menentukan waktu penagihan.
- Membuat laporan penagihan.
- Menerima laporan dari staf penagihan.
- Bertanggung jawab kepada general manager secara umum.

6. Manajer HRD dan Legal

- Mengatur sistem absensi.
- Menerima pegawai baru.
- Menerima keluhan pegawai masalah gaji dan tugas.
- Menyelesaikan perselisihan antar pegawai.
- Melakukan perjanjian dengan pihak bank.
- Mengurusi pembebasan lahan.
- Mengurusi surat akte penjualan.

2. Identitas Responden

Responden penelitian adalah pihak yang dijadikan sampel penelitian atau pihak yang diberikan daftar pertanyaan yang menyangkut penelitian ini. Adapun responden dalam penelitian ini adalah *Marketing* tetap Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang, kemudian penghuni pada Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5

orang. Identitas responden berguna untuk menggambarkan dan memberikan informasi mengenai responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur responden, dan tingkat pendidikan.

a. Jenis Kelamin

Pada identitas responden jenis kelamin dalam penelitian Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, terdiri dari satu jenis kelamin saja yaitu jenis kelamin laki-laki. Jenis kelamin juga mempengaruhi emosional responden yang bersangkutan didalam bekerja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 1
Distribusi Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	7	70%
2	Perempuan	3	30%
Jumlah		10	100

Sumber : Data olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui responden dalam penelitian ini tentang Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam penelitian ini terdiri dari *Marketing* tetap Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang, kemudian penghuni pada Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang terdiri dari 7 orang jenis kelamin laki-laki (70%) dan kelamin perempuan (30%).

b. Tingkat Umur

Tingkat umur responden sangat mempengaruhi kematangan seseorang dalam bertindak dan berpikir dalam rangka mengambil suatu keputusan. Untuk lebih jelasnya mengenai umur responden dalam penelitian Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat umur.

No	Umur	Responden	Persentase
1	≤ 30 tahun	5	50,0%
2	30 - 39 tahun	3	30,0%
3	≥ 40 tahun	2	20,0%
	Jumlah	10	100%

Sumber: Data olahan penelitian, 2021

Dari tabel 4.2 diatas terlihat bahwa responden penelitian Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar pada tingkat umur terbanyak ialah pada umur < 30 tahun yaitu berjumlah 5 orang responden atau 50%, hal ini tentu wajar saja karena kebanyakan nara sumber merupakan marketing perumahan.

c. Tingkat Pendidikan

Pendidikan tidak bisa di dapat begitu saja melainkan melalui beberapa tahapan baik dari sekolah, lingkungan maupun keluarga. Kemudian untuk penggolongan responden penelitian berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 3
Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Tingkat pendidikan	Responden	Persentase
1	SMA/SLTA	2	20,0%
2	Diploma	3	30,0%
3	Sarjana	5	50,0%
	Jumlah	10	100%

Sumber: Data olahan penelitian, 2022

Dari tabel 4.3 diatas terlihat bahwa pada responden penelitian didominasi oleh tingkatan pendidikan sarjana atau sederajat yaitu berjumlah 5 informan dengan persentase 50%. Setelah menjelaskan dan menggambarkan kondisi responden melalui indentitas jenis kelamin, umur dan tingkatan pendidikan selanjutnya akan dilakukan pembahasan mengenai hasil penelitian.

3. Pola Komunikasi Formal Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara secara mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung dilapangan yang kemudian peneliti analisis. Analisis ini sendiri terfokus kepada *Marketing* Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang, kemudian penghuni pada Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar sebanyak 5 orang.

Agar penelitian ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan untuk melihat langsung bagaimanakah Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka peneliti dapat menyimpulkan data dari hasil

wawancara yang telah dilakukan tentang Pola Komunikasi cSiak Hulu Kabupaten Kampar yang meliputi :

a. Komunikasi Vertikal ke bawah

Dari hasil observasi dan wawancara, komunikasi mengalir dari atasan kepada bawahan, Direktur kepada Manajer, Manajer kepada Admin, dan Admin kepada Sales dan Surveyor. Pimpinan Perumahan Dua Putri Mandiri juga sudah membangun pola komunikasi yang terbuka, sehingga marketing bisa datang kapanpun untuk sharing, tetapi sering kali komunikasi tidak berjalan dengan baik dikarenakan respon balik yang masih belum lancar seperti misalnya ada kebijakan baru dari pimpinan, karyawan tidak langsung merespon.

Komunikasi ke bawah dilaksanakan dengan memberikan perintah oleh pimpinan terkait dengan tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Akan tetapi, pimpinan dalam memberikan perintah terkadang tidak terlalu detail, sehingga pegawai harus menanyakan kembali secara rinci, disamping itu pimpinan sering mengadakan meeting koordinasi untuk menanyakan kondisi penjualan rumah yang sudah dibangun.

Tidak jarang karyawan melakukan kesalahan dan kelalaian dalam bekerja. Karyawan yang melakukan kesalahan, biasanya dipanggil terlebih dahulu untuk dicari informasinya, apabila kesalahannya sudah terlalu fatal, maka pegawai tersebut akan terkena sanksi yang disebut SP (Surat Peringatan). Marketing perumahan yang berprestasi dibagian marketing sendiri dilihat dari pencapaian target. Apabila berhasil mencapai target, karyawan yang

bersangkutan akan mendapatkan bonus. Seperti yang dikatakan Budi Santoso pada wawancara tanggal 26 Mei 2022, sebagai berikut :

-Ya, karena hmm sebagai atasannya, dia harus tau informasi ini diterima atau engga hmm, akan dilaksanakan atau tidak, sudah dilaksanakan atau tidak.!

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari pimpinan kepada bawahannya atau anggota organisasi lainnya. Pimpinan organisasi menerima feedback tentang efektivitas keputusan yang telah diambilnya. Anggota tingkat bawah mempunyai kesempatan untuk menginformasikan dan mengajukan keluhan, dan memberikan saran untuk pengembangan. Komunikasi keatas terjadi jika pesan mengalir dari bawahan ke atasan. Biasanya komunikasi ini sering dilakukan pada pertemuan rutin dengan atasan.

Gambar 4. 2
Pertemuan karyawan pemasaran dengan manajemen Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar



Sumber : Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, 2022

Para Anggota harus melaporkan kemajuan mereka dalam penyelesaian tugas-tugas, tugas-tugas yang menyebabkan masalah bagi mereka, saran-saran bagi peningkatan solidaritas dan yang terpenting adalah perasaan mereka mengenai bagaimana segala sesuatu berjalan. Komunikasi keatas merupakan hal yang penting, memerlukan umpan balik yang akurat mengenai pesan-pesan mereka apakah telah dipahami atau bagaimana keputusan-keputusan tersebut diterima setelah masalah-masalah apa yang dikembangkan.

Tim dibentuk agar memperoleh kemudahan dalam meraih keberhasilan perusahaan, maka dari itu setiap anggota tim harus menjalin komunikasi agar membangun kerjasama tim yang baik. Kesuksesan sebuah tim didukung oleh orang-orang yang ada didalamnya, jika salah satu anggota tidak ingin teman lainnya sukses sehingga menghambat terjalannya komunikasi para anggota, maka tim tersebut akan jauh dari keberhasilan. Oleh karena itu setiap anggota harus memiliki kesadaran dan tanggung jawab, dalam memberikan informasi khususnya agar terjalin kerjasama guna mencapai keberhasilan bersama. Seperti yang dikatakan Ibu Siti Maimudan pada wawancara tanggal 26 Mei 2022, sebagai berikut :

-setiap marketing harus ada komunikasi dengan bawahan, karena kegiatan ada di masing-masing kepala bagian, dan antara sesama bawahan harus ada komunikasi dan saling membantu, saling timbal balik antara marketing dengan marketing, kepala bagian dengan kepala bagian dan jenjang yang lebih tinggi atau sesama tingkatan otoritasnya, dan ketika ada informasi terkini mengenai pekerjaan harus saling menginformasikan satu sama lain

Saling membagi informasi untuk perencanaan dan aktivitas-aktivitas.

Ide dari banyak orang biasanya akan lebih baik daripada ide satu orang.

Komunikasi horizontal sangatlah diperlukan untuk mencari ide yang lebih baik. Dalam merancang suatu program latihan atau program hubungan dengan masyarakat, anggota-anggota dari bagian perlu saling membagi informasi untuk membuat perencanaan apa yang akan mereka lakukan.

Komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas yang menjadi tujuan organisasi. Pesan-pesan tersebut berhubungan dengan pengarahan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum, dalam lingkungan organisasi atau kelompok kerja komunikasi antara atasan dan bawahan menjadi kunci penting kelangsungan hidup suatu organisasi. Maka ada dua bentuk dalam pola komunikasi di Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.

Komunikasi ini adalah pesan yang mengalir dari pimpinan ke bawahan baik itu berbentuk perintah, arahan dan instruksi. Sebagaimana di jelaskan oleh Herman selaku marketing pada wawancara tanggal 26 Mei 2022:

-Semua pekerjaan yang di lakukan di perusahaan ini atas dasar perintah atau arahan dari Kepala Marketing sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing sehingga pekerjaan yang di berikan dapat terselesaikan dengan tepat waktul.

Seperti dengan proses komunikasi tertulis melali surat atau jumpa pers yang mana prosesnya sudah di atur dalam prosedur tertentu. 1. Rapat (Jumpa pers) 2. (Surat resmi) Komunikasi tertulis : komunikasi tertulis adalah salah satu bentuk komunikasi yang berupa tulisan, komunikasi ini berupa: dalam bentuk surat dan dipergunakan untuk menyampaikan suatu berita atau

informasi yang singkat, jelas, dan dipandang perlu untuk ditulis dengan maksud tertentu

b. Komunikasi Vertikal ke atas

Komunikasi mengalir dari bawahan kepada atasan, staf pemasaran diberikan kebebasan untuk mengeluarkan ide, saran dan kritik, karena komunikasi internal yang terjadi bersifat terbuka dan juga dapat diajukan saat rapat setiap awal bulan atau akhir bulan, dan atasan juga cukup terbuka untuk menerima ide atau saran. Komunikasi dari bawah ke atas adalah komunikasi yang terjadi dari bawahan ke atasan, komunikasi ini dapat berupa saran atau informasi mengenai pekerjaan yang di berikan. Seperti yang dikatakan Budi Santoso pada wawancara tanggal 8 November 2021, sebagai berikut :

-Saya selaku marketing di perusahaan ini mempunyai kesempatan untuk menginformasikan dan mengajukan keluhan, dan memberikan saran untuk pengembangan perusahaan kedepannya.

Sebagai bentuk dari adanya komunikasi ke atas berupa penyampaian laporan yang diadakan setiap satu bulan sekali dan juga satu minggu sekali, bahkan tidak jarang untuk menyampaikan laporan harian berkaitan dengan progress atau masalah yang terjadi. Seperti pada kutipan wawancara dengan M. Ridwan selaku kepala marketing berikut:

Hmm khusus untuk departemen marketing dan sales ini sih saya pikir komunikasi merupakan salah satu syarat yang penting, salah satu potensi yang harus dimiliki adalah komunikasi yang baik itu jelas, dan waktu recruitment pun salah satu poin yang harus dimiliki staf pemasaran untuk masuk di departemen ini ya salah satunya adalah komunikasi yang baik, sebab untuk penjualan rumah itu memiliki cara yang berbeda dengan penjualan barang lainnya gitu. (M. Ridwan, Wawancara, 22 November 2021).

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan yaitu Pimpinan Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Komunikasi ke atas membantu bawahan mengatasi masalah-masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan anggota organisasi dalam tugas-tugasnya dan bagi organisasi.

Ketika diadakannya wawancara dengan marketing perumahan, tentang bagaimana anda bisa memperoleh informasi terkait kebijakan dari perumahan, apakah melalui pimpinan secara langsung atau melalui sesama marketing lain. Hal ini seperti yang dikatakan Ibu Siti Maimudan pada wawancara tanggal 25 Mei 2022, sebagai berikut :

-Dalam mendapatkan informasi terkait kebijakan dari perumahan terutama ketika ada persoalan mengenai suatu masalah yang ada di dalam organisasi dalam hal ini perumahan, atasan tidak selalu mengambil keputusan sepihak karena jika ada yang tidak disetujui mengenai pendapat yang sudah ditentukan oleh pimpinan, maka bawahan diharuskan untuk mengajukan pendapat kepada pimpinan, karena agar komunikasi dalam organisasi bisa mencapai tujuan bersama, harus adanya pendapat dan kritikan dari bawahan. |

Selanjutnya wawancara dengan marketing perumahan, tentang informasi terkait kebijakan dari perumahan. Bapak Setiadi staf marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa menyatakan bahwa :

-pimpinan dalam menyampaikan informasi tidak terlalu sering, sehingga kita sendiri sebagai marketing yang harus selalu aktif dalam mencari informasi, karena kalau tidak nanti akan merugikan calon pembeli dan perumahan. |

Ketika di adakannya wawancara dengan marketing perumahan, tentang Ketika berkomunikasi dengan pimpinan, anda lebih sering menggunakan komunikasi lisan atau tertulis. Hal ini seperti yang dikatakan Bapak Setiadi pada wawancara tanggal 26 Mei 2022, sebagai berikut:

-Dalam menyampaikan informasi pimpinan jarang langsung ketemu sama kami, selalunya menyampaikan lewat pesan whatsapp kalau tidak melalui perwakilannya secara lisan, tapi seringnya sih lewat handphone!

Media lisan, media atau pesan yang disampaikan secara verbal dapat dilaksanakan dengan menyampaikan sendiri atau interpersonal, via media komunikasi, seperti media komunikasi modern telepon, smartphone dan lain-lain. Kemudian, penerima dari pesan tersebut bisa saja oleh diri sendiri, sebuah kelompok kecil, komunitas, kelompok besar, publik dan lain-lain. Sesuai dengan tujuan upward communication yang harus dikomunikasikan ke atas :

- a. Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan – pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang
- b. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan
- c. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan
- d. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi.

c. Komunikasi sejajar (Horizontal)

Secara umum, komunikasi horizontal merupakan suatu proses komunikasi yang terjadi secara mendatar. Mendatar yang dimaksud dalam hal ini adalah proses komunikasi berjalan antar anggota organisasi atau kelompok yang memiliki jabatan atau strata sosial yang sejajar. Apabila dalam dunia organisasi, komunikasi horizontal ini terjadi antar anggota organisasi dan kelompok yang memiliki kedudukan atau jabatan yang sama. Komunikasi horizontal adalah proses pertukaran pesan dengan orang-orang yang sama tingkat otoritasnya di dalam organisasi. Hal ini seperti yang dikatakan Bapak Setiadi pada wawancara tanggal 27 Mei 2022, sebagai berikut :

-Tukar menukar informasi kebanyakan kita lakukan dengan teman-teman dari satu divisi atau bagian yang berbeda, terutama apabila muncul masalah-masalah khusus dalam suatu perumahan. Ketika ada konflik harus segera diselesaikan dan mencari solusi agar masalah segera terpecahkan namun dalam berpendapat pasti akan berbeda dengan pendapat satu sama lain, maka harus diadakannya musyawarah untuk mencapai keputusan bersama dan saling bertukar pikiran.

Komunikasi ini dalam proses komunikasinya tidak berlangsung terlalu formal. Karena bahasa yang seringkali digunakan antar anggota yang memiliki kedudukan setara atau jabatan yang hampir sama ini lebih cenderung informal. Namun, tetap dalam proses komunikasi horizontal ini proses komunikasi ditujukan untuk memberikan ataupun menerima informasi antar satu dengan lainnya dalam lingkup organisasi. Tidak hanya itu, dengan adanya proses komunikasi ini, antar anggota bisa memberikan dorongan atau dukungan untuk anggota lainnya dalam hal melakukan tugas dan kewajiban. Hal ini seperti

yang dikatakan Bapak Setiadi pada wawancara tanggal 26 Mei 2022, sebagai berikut :

-Kami dengan sesama marketing perumahan berkomunikasi dalam hal mengkoordinasikan penugasan kerja memberikan informasi-informasi mengenai tugas atau arahan tentang penugasan kerja kepada marketing, atau kegiatan yang telah dilaksanakan oleh para marketing akan disampaikan kepada pimpinan, jadi akan di informasikan kembali kepada pimpinan, karena anggota organisasi baik atasan maupun bawahan harus mengetahui satu sama lain dan mengetahui apa saja pekerjaan yang harus dilaksanakan dan yang sudah dilaksanakan, kapan waktu harusnya menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, terdapat beragam permasalahan yang terjadi mulai dari posisi terendah sampai ke tingkat yang tinggi. Permasalahan itu sendiri harus segera diselesaikan agar tidak terjadi dan menjadi boomerang yang akan menghancurkan organisasi itu sendiri. Salah satu permasalahan yang dapat ditimbulkan adalah sering kali menyebabkan adanya kesalah pahaman diantara anggota yang dapat menyebabkan terlantarnya atau kacaunya suatu program yang telah dijalankan. Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berada dalam tingkatan yang sama. Hal ini seperti yang dikatakan Bapak Herman pada wawancara tanggal 26 Mei 2022, sebagai berikut :

-jika ada perselisihan di antara marketing dengan pihak perumahan, pimpinan harus segera di musyawarahkan secara bersama-sama, dan setelah mendapatkan pendapat atau arahan dari semua pihak barulah disimpulkan dan masalahnya harus segera diselesaikan dengan tuntas, dengan diadakannya rapat berkala ataupun bila dibutuhkan untuk membicarakan permasalahan yang ada dan mencari solusi yang tepat harus segera melakukan musyawarah, agar masalah tidak berlarut-larut dan menggunakan metode lisan yang paling efektif untuk

menyelesaikan perselisihan di antara anggota struktural organisasi ataupun untuk memberikan teguran

Pernyataan diatas sesuai dengan tujuan komunikasi horizontal menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya komunikasi organisasi, ialah a. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja b. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan c. Untuk memecahkan masalah d. Untuk memperoleh pemahaman bersama e. Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan f. Untuk menumbuhkan dukungan antarpersonal

d. Komunikasi Lintas-Saluran

Keterbukaan antarsemua unsur di sebuah lembaga pendidikan akan menjadi jalan yang lapang untuk semua persoalan. Keterbukaan Tidak dapat dipungkiri bahwa keterbukaan sangat dibutuhkan, komunikasi antara atasan dan bawahan akan memberikan dampak baik yang begitu besar dan berpengaruh kepada kinerja anggota organisasi. Karena setiap tujuan yang ingin dicapai, keputusan yang akan dilaksanakan, rencana yang harus di realisasikan, serta program kerja yang harus diselenggarakan, semua memerlukan hubungan serta kerja sama yang baik antar personal maupun kelompok.

Hubungan Pimpinan Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dan bawahan atau anggota organisasi adalah sangat baik. Agar organisasi mencapai tujuannya harus ada keterbukaan antara Pimpinan Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar dan bawahannya atau anggotanya. Sifat keterbukaan untuk melancarkan jalannya tugas atau masalah yang ada dalam organisasi, maka semua harus memiliki sifat terbuka,

atasan hendaknya terbuka dengan bawahan, begitu pula dengan bawahan hendaknya terbuka dengan atasan, karena rasa terbuka akan menimbulkan rasa kekeluargaan yang tinggi dalam organisasi.

Komunikasi antara kepala marketing dengan marketing, sebagai contoh, anggota marketing dapat langsung pergi ke atasannya, atau dapat menggunakan via telepon, email atau mengunjungi marketing di area lain untuk mendapatkan informasi. Sebagaimana yang di jelaskan Ibu Siti Maimudan staf marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa::

-bahwa komunikasi biasanya dilakukan antara kepala marketing dan sales seperti contoh komunikasi kepala marketing dan marketing bagian penjualan untuk mencapai target dari perusahaanl.

Sebagai suatu organisasi, baik itu swasta maupun pemerintahan tentu mempunyai pola komunikasi dalam menjalankan aktivitasnya. Maksud dan tujuan adanya pola tersebut adalah untuk mengatur dan mengefektifkan tugas-tugas yang ada dalam organisasi tersebut. Selain itu diharapkan tidak terjadi kesimpang siuran dalam menjalankan tugasnya. Seperti yang dikatakan bapak M. Ridwan kepala marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa:

-saya selaku kepala merketing sudah membagi pekerjaan sesuai kemampuan masing-masing sales dan mereka dapat saling membantu satu sama lain dalam menyelesaikan job yang di berikanl.

Penjelasan kepala marketing perusahaan di atas dapat disimpulkan bahwa marketing dalam menjalankan tugasnya bertitik tolak pada aturan organisasi, karena dalam organisasi terdapat bermacam-macam tugas dari

komunikasi, seperti : instruksi, penjelasan, laporan lisan, pembicaraan untuk mendapatkan informasi agar komunikasi berjalan dengan baik perlu diperhatikan kejelasan pesan.

4. Pola Komunikasi Informal Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar.

Komunikasi informal cenderung lebih santai dan tidak sebeku seperti komunikasi formal, dimana tidak perlu ada prosedur atau peraturan resmi yang dibuat oleh organisasi untuk mengaturnya. Komunikasi informal ini biasanya dilakukan pada jam jam santai seperti jam istirahat kantor atau saat dimana tidak perlu serius dalam membahas pekerjaan. Biasanya pihak yang melakukan komunikasi informal ini membahas hal yang umum terjadi dalam masyarakat seperti berita terkini atau keadaan keluarga individu yang sedang berkomunikasi.

Komunikasi informal sering ditemui pada situasi santai atau saat sedang bercengkrama mengenai hal-hal lain diluar perusahaan. Adakalanya marketing membicarakan mengenai keluarga, pengalaman diluar atau mengenai pendidikan anak mereka. Seperti pada suasana santai saat menjelang pulang kerja marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar berikut:

Gambar 4. 3
Susana Sesaat Sebelum Jam Kerja Berakhir Di Kantor Pemasaran



Sumber: Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, 2022

Media lisans, media atau pesan yang disampaikan secara verbal dapat dilaksanakan dengan menyampaikan sendiri atau interpersonal, via media komunikasi, seperti media komunikasi modern telepon, smartphone dan lain-lain. Kemudian, penerima dari pesan tersebut bisa saja oleh diri sendiri, sebuah kelompok kecil, komunitas, kelompok besar, publik dan lain-lain. Hasil wawancara dengan pimpinan perumahan terkait informasi apa saja yang sering disampaikan kepada setiap marketing. Seperti yang dikatakan bapak M. Ridwan kepala marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa:

-Informasi yang saya sampaikan kepada bawahannya dalam hal ini terutama marketing adalah apabila ada perubahan harga, jumlah unit yang tersedia, serta calon pembeli rumah yang sudah mau akad serta terkait progres pembangunan rumah.

Namun terkadang penyampaian tersebut secara informal kepada anggota saya.¶

Atasan dalam mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan oleh bawahan dalam organisasi. Informasi dari bawahan dipandang sangat penting untuk dilaksanakan, jika tidak akan berlawanan dengan tujuan organisasi, semua anggota dapat memperoleh informasi dengan sangat mudah. Jika ada instruksi yang kurang jelas, anggota organisasi bisa menanyakan kembali kepada pimpinan sampai jelas, dengan demikian informasi yang dibutuhkan sangat mudah diperoleh.

Gambar 4. 4
Diskusi Kepala Marketing bersama staf di Kantor Pemasaran



Sumber: Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, 2021

Dengan suasana informal dapat mendukung keterbukaan antara marketing. Setiap organisasi dibutuhkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Komunikasi yang terbuka akan mempererat kehangatan hubungan antar individu. Dengan membuka diri, tidak menutup nutupi, menerima kekurangan

dan kelebihan lawan bicara, pastilah hubungan satu dengan yang lainnya akan terjalin dengan baik.

Berdasarkan wawancara pada salah satu sales perusahaan, maka diperoleh suatu kesimpulan bahwa komunikasi yang bersifat informal lebih sering mereka gunakan agar interaksi yang mereka lakukan tidak terasa canggung dan lebih kekeluargaan. Seperti yang dikatakan bapak Budi Santoso staf marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa::

-dalam hal komunikasi, kami sebagai marketing dengan atasan kami menempatkan komunikasi kami pada tempatnya, ketika dalam kondisi formal komunikasi kami pun harus formal tapi ketika kami berada diluar perusahaan maka tidak ada sekat di antara kami, rasa canggung pun hilang, jadi komunikasi kami tergantung situasi dan kondisinya

Kepala Marketing dan marketing adalah dua elemen penting dalam sebuah organisasi perusahaan ataupun kelompok masyarakat, keduanya menempati posisi yang saling melengkapi satu dengan lainnya. Berikut ini adalah pendapat Ibu Siti Maimudan staf Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa :

-Keterbukaan dalam sebuah perusahaan sangat penting, tentunya terhadap hal-hal tertentu karena tidak semua hal dapat/boleh diketahui oleh semua Marketing disebuah perusahaan tersebut. Seperti halnya perusahaan ini akan disosialisasikan dan diinformasikan secara transparan kepada seluruh Marketing mengenai kerja sama tersebut. Keterbukaan semacam ini diharapkan mampu memberikan kenyamanan terhadap semua pihak yang terkait, sebagai tujuan yakni adanya pemberian pemahaman kepada Marketing terkait kerjasama yang terjalin. Keterbukaan ini sangat menguntungkan karena akan terbentuk suatu transparansi kerjasama dan kesadaran tanggung jawab bagi karyawan/pihak yang terkait.¶

Berdasarkan wawancara tersebut, Kepala Marketing sangat terbuka dengan para anggota marketingnya dalam hal pemberitaan informasi tentang kerja sama perusahaan dengan perusahaan lainnya, disini jelas bahwa di dalam perusahaan Perumahan Dua Putri Mandiri keterbukaan antara Kepala Marketing dan para Marketing sangat penting, karena tanpa ada keterbukaan maka tidak akan ada rasa saling percaya diantara mereka.

Perusahaan ini melakukan suatu pola komunikasi agar mampu menciptakan suatu komunikasi yang kondusif sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan produktifitasnya, sama halnya yang dikatakan oleh Kepala Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa:

-tingkat intensitas komunikasi antara saya dan staff marketing dapat dikatakan sangat tinggi intensitasnya, artinya komunikasi antara saya terhadap marketing terbangun iklim yang kondusif terkait urusan pekerjaan sehingga saya dan sales adalah mitra team workl.

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat intensitas komunikasi antara pimpinan dan marketing begitu penting, komunikasi menjadi kondusif dengan begitu perusahaan dapat mempertahankan organisasinya hingga sekarang masih berkiprah dan bersaing di bidang properti.

Dalam penyampaian sebuah informasi terkait pemasaran perumahan melalui media internet, seperti yang diungkapkan bapak M. Ridwan mengatakan pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa: bahwa:

”Dalam memberikan pengarahan, atau perintah kepada marketing yang berkaitan dengan tugas pekerjaan tidak harus selalu dengan melalui tatap muka, karena terkadang saya ada tugas diluar kota, tetapi agar komunikasi tetap berjalan lancar jadi bisa berkomunikasi dengan melalui via telepon, sms atau melalui grup WhatsApp dan sebagainya, akan tetapi meskipun berkomunikasi melalui via telepon tetap akan di bicarakan kembali mengenai pembahasan didalam struktur organisasi yang sudah disampaikan melalui via telepon dengan komunikasi tatap muka.”

Untuk menyampaikan informasi kepada bawahan dapat dilakukan dengan berbagai metode. Untuk komunikasi ke bawah agar berjalan lancar, biasanya motivasi bawahan untuk bekerja menjadi lebih baik dan efisien. Disinilah peran komunikasi dari atasan ke bawahan sangat penting tidak hanya dalam kegiatan menyampaikan penyooalan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan tetapi juga tentang keberhasilan usaha yang terkait dengan prestasi dan kontribusi bawahan dalam perusahaan.

Dalam evaluasi kinerja marketing, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada para marketing cukup jelas untuk di pahami. Bapak M. Ridwan mengatakan pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 bahwa:

-Agar komunikasi kebawah dapat berjalan dengan baik satu bulan sekali biasa diadakannya rapat rutin antar bagian-bagian struktur anggota, agar komunikasi mereka terjalin dengan baik, dalam rapat tersebut banyak yang di diskusikan, saling timbal balik atau bertukar pikiran antara atasan dengan bawahan begitupun sebaliknya, dan bertukar pikiran dengan sesama anggota organisasi lainnya.

Pemimpin tentunya mempunyai tanggung jawab penting dalam membangun komunikasi antar anggotanya. Komunikasi pemimpin akan menentukan terjalinnya suasana interaksi antara para anggota organisasi. Komunikasi yang baik tidak berlangsung dalam satu arah saja, namun adanya

perlu timbal balik dari bawahan ke atasan, seperti pemimpin mau mendengarkan, menerima saran dan mengajak anggota-anggotanya terlibat dalam kegiatan organisasi formal, keberhasilan suatu perusahaan tercermin dari suksesnya pemimpin dalam membangun kerjasama antara anggota-anggotanya. Seperti penulis saat mewawancarai kepala Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar, pada wawancara tanggal 26 Mei 2022 beliau mengatakan bahwa :

-Ketika atasan menyampaikan suatu permasalahan tentang jalannya struktur organisasi maka harus ada komunikasi timbal balik, pimpinan tidak mengambil keputusan sepihak, bagi atasan pendapat dari bawahan seperti di ajukannya ide-ide dan saran-saran ataupun kritikan itu sangatlah penting untuk sebuah organisasi, dan untuk menjaga komunikasi antara pimpinan dan bawahan.

Komunikasi dari atasan kepada bawahan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi sebab komunikasi yang dilakukan berorientasi menjalankan sistem koordinasi, evaluasi, informasi, dan koreksi setiap permasalahan serta pengarahan tentang pekerjaan, komunikasi penyampaian pendapat oleh bawahan dan untuk mengetahui rasa kepuasan kerja didalam organisasi. Ketika pegawai melakukan pelanggaran dalam bekerja, pimpinan harus menegur dan memberikan sanksi kepada bawahan yang melakukan pelanggaran sesuai peraturan Perundang-undangan yang berlaku, lalu pimpinan memberikan pengarahan.

B. Pembahasan

1. Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri

Pola Komunikasi yang terjadi pada Marketing di Perumahan Dua Putri Mandiri terdiri dari dua komunikasi; komunikasi formal dan komunikasi informal, dimana komunikasi formal itu sendiri terdiri dari komunikasi vertikal ke bawah, komunikasi vertikal ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Menurut Purwanto (2011) komunikasi vertikal ke bawah adalah komunikasi yang bertujuan untuk memberikan pengarahan atau instruksi, memberikan informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan, menyajikan informasi mengenai aspek ideologi dalam membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai dan memberikan umpan balik mengenai pelaksanaan kerja kepada karyawan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dalam hal ini, komunikasi vertikal ke bawah terjadi berawal dari atasan kepada bawahan, Direktur kepada Manajer, Manajer kepada Asisten Manajer, Asisten Manajer kepada Admin, Admin kepada Sales dan Surveyor. Komunikasi ke bawah dilaksanakan dengan memberikan perintah oleh pimpinan terkait dengan tugas-tugas yang harus dilaksanakan.

Komunikasi vertikal ke bawah yang digunakan oleh Perumahan Dua Putri Mandiri bertujuan untuk memberikan informasi dan memberikan perintah oleh pimpinan terkait dengan tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Pimpinan dalam memberikan perintah terkadang tidak terlalu detail, sehingga pegawai harus menanyakan kembali secara rinci.

Komunikasi vertikal ke atas yang terjadi adalah komunikasi yang mengalir dari bawahan kepada atasan. Komunikasi vertikal ke atas di Sales dan Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri bersifat terbuka, karena pegawai diberikan kebebasan untuk mengeluarkan ide, saran dan kritik, dan atasan juga cukup terbuka untuk menerima ide atau saran.

Komunikasi vertikal ke atas yang terjadi di Sales dan Marketing adalah adanya kemungkinan bahwa Marketing hanya menyampaikan informasi yang baik-baik saja, Marketing cenderung menyimpan dan tidak menyampaikan informasi yang terkesan negatif atau tidak disenangi oleh pimpinan. Komunikasi horizontal yang terjadi pada Sales dan Marketing di Perumahan Dua Putri Mandiri, karena komunikasi horizontal dilakukan melalui rapat mingguan dan rapat bulanan antar karyawan. Komunikasi horizontal bersifat koordinatif di antara karyawan yang memiliki posisi sederajat, baik di dalam satu departemen maupun di antara beberapa departemen.

Komunikasi diagonal yang terjadi di Perumahan Dua Putri Mandiri tidak menggunakan forum yang formal. Dalam memberikan saran dan kritik masih di handle oleh masing-masing atasan. Komunikasi diagonal yang terjadi di Perumahan Dua Putri Mandiri tidak saling ketergantungan, hanya ada saran dan kritik untuk menjadi sebuah masukan. Komunikasi informal Sales dan Marketing di Perumahan Dua Putri Mandiri terjadi pada seluruh karyawan, karena komunikasi informal tidak dapat dihindari oleh siapapun. Komunikasi informal digunakan tanpa memedulikan jaringan hierarki, pangkat dan kedudukan atau jabatan, karena Marketing di Perumahan Dua Putri Mandiri

tetap bertindak sebagai profesional, dan tetap menggunakan komunikasi formal untuk membicarakan pekerjaan, terutama dengan atasan.

Media komunikasi yang digunakan oleh Perumahan Dua Putri Mandiri hanya dengan aplikasi WhatsApp dan Email. Namun Perumahan Dua Putri juga menggunakan telepon untuk berkomunikasi dengan departemen lain. Media komunikasi menggunakan telepon karena telepon banyak digunakan dalam komunikasi kantor dan digunakan dalam komunikasi antar personal di lingkungan internal dan eksternal kantor

2. Hambatan Pola Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari seseorang ke orang lain untuk menghasilkan persepsi yang sama, komunikasi juga hal yang sering di lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal yang mendukung komunikasi akan mengakibatkan kepuasan kerja yang di rasakan pimpinan dan karyawan atas pekerjaan. Jika dalam sebuah organisasi sejak awal komunikasi yang terbangun antara pimpinan dan karyawan mengalami gangguan ataupun terjadi kesalahan dalam membangun sebuah komunikasi, maka dapat dipastikan organisasi itu tidak akan berlangsung secara terus menerus dan jaringan yang akan dibangun menjadi kacau.

Sebagai suatu organisasi, baik itu swasta maupun pemerintahan tentu mempunyai pola komunikasi dalam mencapai tujuannya. Maksud dan tujuan adanya pola tersebut adalah untuk mengatur dan mengefektifkan tugas-tugas yang ada dalam organisasi tersebut. Selain itu diharapkan tidak terjadi kesimpang siuran dalam menjalankan tugasnya. Sebagai suatu organisasi, baik itu swasta

maupun pemerintahan tentu mempunyai pola komunikasi dalam mencapai tujuannya. Maksud dan tujuan adanya pola tersebut adalah untuk mengatur dan mengefektifkan tugas-tugas yang ada dalam organisasi tersebut. Selain itu diharapkan tidak terjadi kesimpangsiuran dalam menjalankan tugasnya.

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Komunikasi langsung dapat mengatasi hambatan komunikasi karena sifatnya lebih persuasif. Komunikator dapat memadukan bahasa verbal dan bahasa non verbal. Disamping kata-kata yang selektif dapat pula digunakan kontak mata, mimik wajah, bahasa tubuh lainnya dan juga meta-language (isyarat diluar bahasa) yang membuat komunikasi lebih berdaya guna. Gunakan bahasa yang sederhana dan mudah.

Kosa kata yang digunakan hendaknya dapat dimengerti dan dipahami jangan menggunakan istilah-istilah yang sukar dimengerti pendengar. Gunakan pola kalimat sederhana (kanonik) karena kalimat yang mengandung banyak anak kalimat membuat pesan sulit dimengerti. Jika dalam sebuah organisasi sejak awal komunikasi yang terbangun antara pimpinan dan karyawan mengalami gangguan ataupun terjadi kesalahan dalam membangun sebuah komunikasi, maka dapat dipastikan organisasi itu tidak akan berlangsung secara terus menerus dan jaringan yang akan dibangun menjadi kacau. Dalam berkomunikasi, yang tak kalah pentingnya pula harus diperhatikan adalah bagaimana anda bisa memahami lawan berkomunikasi anda. Bila tidak mampu memahami siapa orang yang sedang

berkomunikasi dengan anda, besar kemungkinan akan terjadi salah pengertian yang berlanjut pada kesalahpahaman

Salah satu hambatan dalam berkomunikasi adalah bahasa, dalam berkomunikasi yang diharapkan ada feedback dari komunikan. Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah perusahaan yang cukup besar yang tentunya pimpinan dan karyawannya berasal dari daerah yang berbeda, bahasa yang berbeda akan menghambat komunikasi antar keduanya. Pada umumnya bahasa yang harus digunakan dalam perusahaan Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah bahasa Indonesia.

Hambatan yang terjadi di Marketing di Perumahan Dua Putri Mandiri juga sering terjadi ketika Marketing meminta contoh produk kepada admin dan permintaan sales sangat banyak sehingga admin melupakan satu atau dua hal yang diinformasikan oleh sales. Adanya hambatan komunikasi dikarenakan overload informasi, karena jumlah pesan bisnis yang disampaikan semakin hari semakin banyak sehingga sulit untuk meluruskan salah pengertian ketika overload informasi terjadi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dalam hal ini, hambatan sering terjadi dikarenakan banyak Marketing yang sering berada di luar kota, sehingga untuk memberikan informasi tidak jarang terjadi salah tanggap. Hambatan berkomunikasi yang terjadi pada Perumahan Dua Putri Mandiri karena dalam memberikan informasi sering kali menggunakan handphone, dan antara pengirim dan penerima sering kali sulit memahami pesan yang dimaksudkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dipaparkan oleh peneliti, maka kesimpulannya adalah:

1. Pola Komunikasi Marketing Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar belum berjalan dengan baik.. Aliran pola komunikasi yang terjadi adalah komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, komunikasi lintas-saluran. Penerapan arah aliran informasi menjadikan para anggota organisasi merasa selalu diberitahu, merasa ikut berperan dalam apa yang terjadi, merasa mengetahui apa yang mereka ketahui untuk mengambil keputusan, dan dengan demikian mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Lebih banyak yang saling mempercayai diantara organisasi sebagai hasil dari praktek - praktek komunikasi.
- 2 Hambatan yang dialami, pengaruh bahasa asli karyawan yang tidak dipahami pimpinannya, cuaca buruk yang menimbulkan sulit untuk berkomunikasi dari jarak jauh dan kesalahpahaman antara direktur utama dan karyawan dalam penyampaian informasi karena menggunakan perantara. Disamping itu ada pula hal yang mendukung dalam pekerjaan di Perumahan Dua Putri Mandiri Siak Hulu Kabupaten Kampar yakni kebijakan dari pimpinan sehingga mempunyai hak untuk mengatur karyawannya, fasilitas yang diberikan perusahaan dan gaji yang cukup memuaskan

B. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah

1. Menjaga pola komunikasi yang baik kepada masyarakat dan antar instansi merupakan suatu keharusan karena sebuah organisasi tidak akan bisa berjalan sendiri. Pendekatan komunikasi persuasif yang baik akan dapat menggerakkan seseorang atau kelompok dengan baik pula. Arus informasi dua arah didorong bersifat inovasi yaitu adanya ide, gagasan atau bersifat baru bagi orang-orang tertentu.
2. Perlu adanya pemahaman bahwa sebuah seseorang/instansi yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan baik itu melalui media tertentu kepada seseorang/kelompok (komunikan), seringkali menemui gangguan (noise) hingga sampai akhirnya akan mendapatkan respon atau feedback yang tepat. Hal ini, komunikator harus memiliki kepekaan untuk memonitoring dan mengevaluasi baik secara pribadi/kelompok, faktor-faktor yang menjadi gangguan terhadap keutuhan sebuah pesan.
3. Bagi peneliti diharapkan hasil penelitian ini menjadi sebuah bahan tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Aprini, Ita. 2014. Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Staff PT. PP. London Sumatra Indonesia, Tbk. Palangisang Estate Di Desa Tamatto Kecamatan Ujung Loe Kabupaten Bulukumba, <https://pakarkomunikasi.com> komunikasi.
- Armstrong, Kotler. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. & 2.* Jakarta: PT. Indeks.
- Arni, Muhammad. 2014. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, H. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong. 2012. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firman 2018, Pola Komunikasi Public Relations PT. Vale Indonesia Tbk Dalam Upaya Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi.* Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara
- Jauhar, Muhammad. 2013. *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi.* Jakarta: Prestasi Pustaka
- Liliweri, Alo, 2014, *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya,* Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Loreno Galaxy Deo Pradana. 2013. *Komunikasi Bisnis, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya*
- Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek.* Malang: UMM Press
- Muhammad, Arni. 2017. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara

- Mulyana, Dedi. 2011. Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Myers, Allan. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi. Abad Ke-21*. Jakarta: Erlangga.
- Oliver, Sandra. 2015. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Pace, R. Wayne dan F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruliana, Poppy. 2016. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta : Rosdakarya
- Soejanto, Agoes. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2012. *-Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. 2015. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wursanto, Ig. 2013. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta.: Prenhallindo,.
- West, Richard dan Turner, Lynn H. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Praktis*, Edisi 3 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Yusuf, 2018. *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Upaya Penanaman Budaya Islam Di Organisasi Tapak Suci Unit 003 UMS Fakultas Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta*