

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada dasarnya, komunikasi ialah unsur yang tidak akan terlepas dari aktivitas kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan terhindar dari aktivitas berkomunikasi yang merupakan bagian pokok dari eksistensinya. Peran komunikasi ini sangat penting bagi kehidupan manusia, karena dalam kesehariannya, manusia pasti terlibat dalam aktivitas. Hal ini juga menandakan bahwasanya manusia bergantung dengan sesamanya dan membutuhkan interaksi dengan orang lain. Komunikasi adalah proses interaksi antara seseorang dengan seseorang lainnya. Dalam konteks komunikasi, terdapat pihak penyampai pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Proses komunikasi melibatkan komunikator sebagai pengirim pesan kepada komunikan melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, proses komunikasi tersebut menghasilkan *effect* atau dampak pada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Tujuan komunikasi sendiri yaitu untuk mempengaruhi sikap, tindakan, dan pandangan sesuai dengan yang disampaikan oleh komunikator.

Komunikasi tidak hanya tentang komunikasi personal saja, tetapi komunikasi juga menjadi kunci utama dalam aliran informasi di dalam lingkungan organisasi, baik dalam hubungan antara pemimpin dengan bawahan maupun antar anggota dalam suatu organisasi. Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang memiliki tujuan di dalamnya. Dalam suatu organisasi, dibutuhkan keterampilan komunikasi yang efektif untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan. Pemimpin pada suatu organisasi berperan sangat penting, karena kepemimpinan dalam suatu perusahaan/organisasi merupakan kunci dalam kesuksesan suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Komunikasi Organisasi merupakan proses pertukaran dan penyampaian informasi atau pesan di dalam suatu organisasi, baik dalam organisasi formal maupun informal<sup>1</sup>. Komunikasi organisasi yang efektif dalam suatu organisasi akan berdampak pada suasana kerja dan interaksi di dalamnya, begitu pun sebaliknya jika komunikasi di dalam perusahaan tersebut kurang efektif, maka dapat mempengaruhi kinerja dari anggota organisasi/perusahaan tersebut.

Adapun masalah yang akan terjadi jika penerapan komunikasi organisasi di perusahaan tidak efektif, yaitu: 1) Perbedaan tujuan, ketidaksesuaian tujuan antara pemimpin dengan anggota organisasi akan menghambat dalam mencapai tujuan perusahaan, karena kurangnya koordinasi antar anggota organisasi akan menjadi masalah komunikasi jika tidak mampu menyamakan persepsi. 2) Perbedaan persepsi, persepsi yang berbeda antara anggota organisasi akan menghambat aliran informasi dan menyebabkan miskomunikasi. 3) Keterbatasan informasi, tidak terbukanya komunikasi di dalam organisasi menyebabkan anggota organisasi kurang keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan atau kurangnya partisipasi dalam kegiatan organisasi. Dari hambatan-hambatan tersebut, akan menyebabkan karyawan dalam perusahaan mengalami demotivasi atau kehilangan motivasi kerja. Kurangnya motivasi dalam organisasi akan berdampak pada performa kinerja individu dan kinerja seluruh anggota organisasi. Maka dari itu, suatu organisasi harus bisa mengatasi hambatan tersebut agar anggotanya dapat termotivasi untuk mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Dalam suatu perusahaan terdapat departemen atau divisi yang mendukung tujuan perusahaan pada fokus tertentu. Salah satunya terdapat divisi Customer Service. Divisi ini memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan menjaga hubungan baik kepada pelanggan dan calon pelanggan. Customer Service menjadi garda terdepan dan menjembatani antara perusahaan

---

<sup>1</sup> Evi Zahara. Peran Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. Jurnal Warta Edisi: 56, 2018, h. 2

dengan pelanggan dalam melayani pertanyaan, keluhan, dan kebutuhan pelanggan. Pada divisi Customer Service penggunaan komunikasi yang efektif merupakan kunci utama untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun hambatan-hambatan komunikasi yang bisa terjadi pada divisi Customer Service yaitu kurangnya informasi yang disampaikan kepada pelanggan dan keluhan pelanggan terlalu lama diatasi. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan pada layanan yang diberikan Customer Service. Selain itu, hambatan yang bisa saja terjadi yaitu kurangnya pengakuan atau *feedback* dari pemimpin kepada karyawan Customer Service hingga menyebabkan penurunan motivasi kerja pada karyawan. Hal ini tentu akan mempengaruhi kinerja mereka dan kualitas pelayanan yang akan diberikan pada pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pemimpin untuk memberikan pengakuan yang baik atas kinerja karyawan Customer Service, sehingga mereka akan selalu merasa termotivasi dan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan.

Dalam rangka penelitian ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian pada salah satu perusahaan *Start-up* yang bergerak pada sektor logistik. *Start-up* merupakan sebuah bisnis rintisan yang dibuat untuk memberikan layanan atau menghasilkan produk baru untuk menyelesaikan masalah masyarakat dengan perencanaan yang matang. Saat ini, di Indonesia sudah banyak perusahaan *start-up* yang berdiri, salah satunya adalah PT Shippindo Teknologi Logistik (Shipper). Shipper adalah perusahaan *start-up* yang telah beroperasi sejak tahun 2017 di Jakarta, Shipper bergerak pada bidang logistik yang memiliki platform digital dan memungkinkan masyarakat untuk melakukan pengiriman barang dengan mudah dan efisien. Shipper memiliki keunikan tersendiri, yaitu perusahaan ini termasuk dalam perusahaan *start-up* yang berkembang sangat pesat di Indonesia dengan menangani lebih dari 300 gudang dengan total luas lebih dari 500.000 m<sup>2</sup> di 35 kota di Indonesia<sup>2</sup>. Shipper

---

<sup>2</sup> Deddy Machdan. Lima Tahun Beroperasi, Shipper Konsisten Dengan Strategi Inovasi Logistik dan Pergudangan Digital Dalam Memberdayakan UMKM Indonesia.

pernah mendapatkan penghargaan dari Fast Company pada tahun 2022 yakni masuk pada daftar perusahaan paling inovatif dan meraih peringkat pertama se-Asia Pasifik<sup>3</sup>. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti terkait proses atau pola komunikasi organisasi yang diterapkan pada perusahaan ini, khususnya pada bidang *Customer Service*. Peneliti memilih bidang *Customer Service* untuk diteliti karena bidang tersebut merupakan divisi yang paling penting dalam setiap perusahaan, terlebih perusahaan seperti Shipper ini yang fokus pada pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa dari perusahaan yang tentunya sangat dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu bagaimana Pola Komunikasi Organisasi di PT Shippindo Teknologi Logistik dalam meningkatkan motivasi kerja pada karyawan *customer service*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi di PT Shippindo Teknologi Logistik dalam Meningkatkan Motivasi Kerja pada karyawan *Customer Service*, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Pola Komunikasi Organisasi di PT Shippindo Teknologi Logistik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis yang diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada peningkatan keberagaman penelitian dalam

---

<sup>3</sup> Khoirul Anam. Shipper Jadi Perusahaan Logistik Paling Inovatif. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220318114312-37-323878/shipper-jadi-perusahaan-logistik-paling-inovatif>. Diakses pada 11 November 2023

bidang ilmu pengetahuan, khususnya pada topik Pola Komunikasi Organisasi. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang tertarik melakukan penelitian terkait Pola Komunikasi Organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dapat dicapai adalah penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Divisi Customer Service di PT Shippindo Teknologi Logistik untuk meningkatkan kinerja karyawan khususnya dengan pemberian motivasi dan penerapan pola komunikasi organisasi yang efektif di lingkungan perusahaan.

### 1.5 Metodologi Penelitian

#### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) pendekatan kualitatif ialah salah satu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu objek secara alamiah, dengan peneliti bertindak sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih memfokuskan pada makna daripada generalisasi<sup>4</sup>.

Dalam paradigma penelitian kualitatif ini, menekankan peneliti untuk membuat sebuah instrumen kunci dalam penelitian ini, penelitian kualitatif ini dibangun berdasarkan argumentasi yang disusun oleh peneliti. Paradigma penelitian ini kemudian diuraikan secara deskriptif, dan metode yang digunakan ini untuk menjelaskan narasi argumentasi yang telah dirancang oleh peneliti, sehingga dapat dijelaskan secara urut dan sistematis.

---

<sup>4</sup> Ditha Prasnati. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. Jurnal Lontar, Vol. 6 No.1, 2018, hlm. 13-21

### 1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (2023) definisi metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian untuk mengumpulkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari subyek dan perilaku yang diteliti. Menurut Nazir f(2014) penelitian deskriptif berfokus pada pemeriksaan objek, sistem pemikiran, dan status kelompok manusia dengan tujuan menyusun deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena/permasalahan yang sedang diteliti<sup>5</sup>. Penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran dan deskripsi mengenai fenomena yang ada, termasuk yang bersifat alamiah atau non alamiah. Hal ini relevan dengan apa yang akan peneliti lakukan, yaitu peneliti akan mengumpulkan data deskriptif mengenai bagaimana pola komunikasi yang diterapkan pada PT Shippindo Teknologi Logistik (Shipper) khususnya pada karyawan *Customer Service* dalam meningkatkan motivasi kerja.

### 1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian sebagai batasan pada variabel yang diteliti. Subjek dalam penelitian merupakan narasumber yang dilibatkan oleh peneliti sesuai pada latar belakang penelitian ini untuk memberikan informasi terkait dengan topik dibutuhkan peneliti. Adapun kriteria informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Senior Manager Customer Service
  - a. Pengalaman bekerja di divisi Customer Service Shipper selama minimal 3 tahun.
  - b. Pengalaman dan pemahaman mendalam mengenai strategi dan tujuan perusahaan.

---

<sup>5</sup> Utami, Dwi Melliani, Maolana, Marliyanti, & Asep Hidayat. *Iklm Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi*. Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 1 No.12, 2021, hlm. 2738

- c. Memiliki pandangan terhadap tantangan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.
  - d. Memiliki kemampuan untuk memberikan informasi tentang aktivitas komunikasi yang terjadi di perusahaan dan penerapan pola komunikasi organisasi.
2. Leader Customer Service
- a. Pengalaman bekerja di divisi Customer Service Shipper selama minimal 2 tahun
  - b. Memiliki pengalaman dalam manajemen tim customer service
  - c. Memiliki pemahaman tentang efektivitas pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan
3. Pegawai Customer Service
- a. Pengalaman bekerja di divisi Customer Service Shipper selama minimal 2 tahun.
  - b. Memiliki kemampuan untuk memberikan informasi tentang pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja.
  - c. Memiliki pengalaman terkait dengan pemberian motivasi kerja di perusahaan.

## **1.6 Jenis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder guna memperkuat temuan dari penelitian yang akan diperoleh dalam penelitian ini.

### **1.6.1 Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini melibatkan penggunaan wawancara *online* dan observasi tidak langsung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pertemuan tatap muka antara peneliti dan narasumber/informan disertai dengan tanya jawab. Menurut Sugiyono (2016), wawancara merupakan pertemuan individu antar individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga melalui wawancara ini diharapkan dapat menghasilkan

pemahaman dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan wawancarai informan menggunakan Google Meet dalam mengumpulkan data. Dalam data ini, penulis akan mewawancarai tiga narasumber, di antaranya:

1. Reni Dwi Astuti Handayani (Senior Manager Customer Service), penulis memilih narasumber ini dikarenakan Ia merupakan pemimpin di bidang customer service pada PT Shippindo Teknologi Logistik. Penelitian ini membutuhkan data dari pimpinan ke bawahan terkait bagaimana pola komunikasi organisasi yang terjadi dalam perusahaan.
2. Fitri Nur Muqodimah (Leader Customer Service), selain membutuhkan data senior manager, penulis membutuhkan data dari leader yang merupakan bawahan dari senior manager. Saya membutuhkan narasumber tersebut karena segala komunikasi yang akan disampaikan oleh atasan akan melalui leader terdahulu dan leader akan menyampaikan ke para karyawan customer service.
3. Ruriana Pratiwi (karyawan customer service), penulis membutuhkan data dari narasumber tersebut karena merupakan objek dari penelitian ini yaitu karyawan customer service.

#### 1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai pendukung bagi data primer, peneliti menggunakan data kepustakaan dengan mengumpulkan data melalui jurnal, buku, artikel dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti akan melihat bagaimana pola komunikasi organisasi yang terjadi pada divisi Customer Service di PT Shippindo Teknologi Logistik. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa data sekunder adalah sumber informasi yang memberikan data kepada peneliti secara tidak langsung, tetapi bisa melalui perantara orang lain atau menggunakan data yang sudah ada<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Nurjanah. 2021. Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry BUnda. Jurnal Mahasiswa, Vol. 1, hlm. 121



## 1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang digunakan dalam penelitian dengan bertujuan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

### 1.7.1 Wawancara Online

Wawancara merupakan proses tanya jawab antara dua pihak atau lebih secara langsung dengan tujuan mendapatkan informasi dari narasumber. Wawancara *online* merupakan proses tanya jawab yang dilakukan secara *online* dengan melibatkan penggunaan teknologi untuk melakukan wawancara dengan responden secara virtual.

### 1.7.2 Observasi

Observasi merupakan metode dari teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang sedang berlangsung untuk mengumpulkan informasi.<sup>7</sup> Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati saat wawancara *online* dengan informan. Dalam observasi ini, peneliti akan transparan kepada informan mengenai bahwa peneliti benar-benar sedang melakukan penelitian, sehingga informan mengetahui aktivitas peneliti dari awal sampai akhir.

## 1.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menerapkan teknik analisis data kualitatif dengan metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meraih data yang mendalam dan mengandung makna. Dalam metode ini, peneliti akan

---

<sup>7</sup> Khusnul Khatimah dan Restu Wibawa. 2017. Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar. Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 2, No. 2, hlm. 80

menganalisis dan menjelaskan data-data yang sudah didapatkan dengan penjelasan yang realistis.

Peneliti akan menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (2020) untuk mendapatkan narasumber yang relevan sehingga dapat menraik kesimpulan dengan mudah dalam penelitian ini. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis data melibatkan tiga tahapan, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data didefinisikan sebagai proses pemilihan/seleksi data, mengelompokkan data, peng-abstrakan, dan meringkas data “mentah” yang diperoleh dari lapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data dapat dijelaskan sebagai langkah dalam penyusunan laporan yang memuat hasil data dan informasi yang sudah dikumpulkan peneliti<sup>8</sup>.

c. Penarikan Kesimpulan

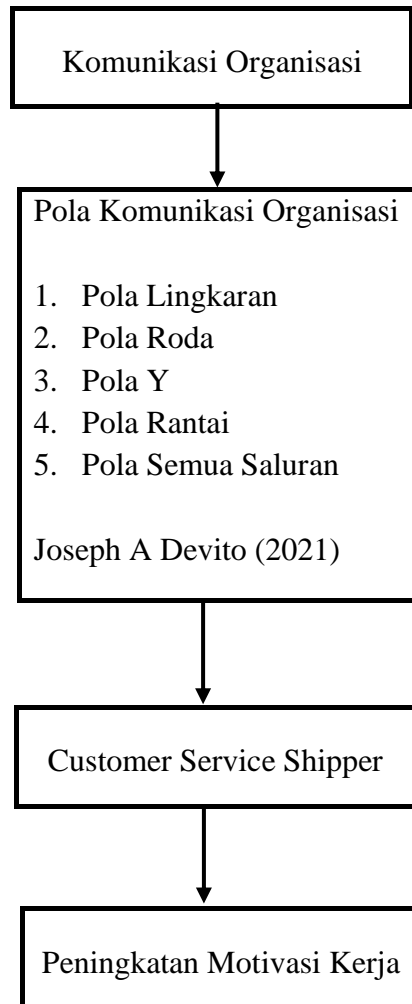
Penarikan kesimpulan merupakan penemuan terbaru berupa gambaran atau deskripsi yang pada dasarnya belum jelas menjadi nyata.

---

<sup>8</sup> Zahra Yusra. Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Lifelog Learning*, Vol. 4, No.1, 2021, 15-22

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Definisi Operasional

### 1.9.1 Kerangka Konsep



### 1.9.2 Definisi Konsep

#### a. Komunikasi Organisasi

Pace dan faules (2013) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi adalah tindakan pengorganisasian yang melibatkan seluruh anggotanya di dalam suatu organisasi. Sedangkan menurut Goldhaber dalam Rahayu (2020) komunikasi organisasi ialah suatu tahapan pertukaran pesan dalam suatu organisasi yang saling terikat satu sama lain untuk mengatasi permasalahan yang kompleks di lingkungan organisasi.

Dalam ruang lingkup komunikasi organisasi, terdapat beberapa pola komunikasi seperti pola lingkaran, roda, Y, rantai, dan pola semua saluran<sup>9</sup>.

Pola lingkaran: Pada pola ini, tidak ada pemimpin didalam aktivitas komunikasinya dan setiap anggota memiliki kewenangan yang sama. Namun, pada pola lingkaran setiap anggota hanya dapat berinteraksi secara langsung dengan dua anggota yang ada pada sisi kanan dan kirinya. Pola Roda: Pola ini memiliki pemimpin yang berada di tengah. Setiap anggota tidak dapat berdiskusi secara langsung dengan sesama anggotanya dan harus melewati pemimpin. Pola Y: Pola ini terdapat tingkatan hirarki dalam organisasi yang mengikuti rantai komando yang formal. Pola Rantai: Pada pola ini, informasi akan disampaikan pada anggota disebelahnya. Umumnya, pola rantai ini bersumber dari seseorang yang memiliki tingkatan hierarki paling tinggi ke tingkatan yang lebih rendah. Pola Semua Saluran: Pola ini tidak memiliki pemimpin di dalamnya, setiap anggota organisasi dapat berinteraksi dengan seluruh anggota dan memiliki power yang sama.

Pola komunikasi yang efektif pada divisi Customer Service Shipper sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan pada divisi Customer Service yaitu dengan menerapkan pola komunikasi yang tepat. Oleh karena itu, penting bagi PT Shippindo Teknologi Logistik untuk memperhatikan pola komunikasi organisasi yang digunakan pada divisi Customer Service untuk

---

<sup>9</sup> Brahmana, D Affriani Br, Sitepu, E. 2020. 'Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai di Kantor Lurah Gung Leto Kecamatan Kebanjaha'. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No. 2, hlm. 98-99

meningkatkan motivasi kerja karyawan dan kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan.

Pola pada komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pola atau bentuk komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Pola komunikasi organisasi ini dapat dilihat dari cara-cara penyampaian pesan atau informasi kepada semua anggota organisasi. Pola komunikasi organisasi mencakup aktivitas komunikasi antara atasan dan bawahan, antar karyawan, dan antar departemen dalam perusahaan.

#### b. Motivasi

Motivasi merupakan suatu kekuatan yang mendorong individu atau kelompok untuk melakukan sesuatu dan mendapatkan hasil yang diharapkan (Supartha & Sintaasih : 2021). Motivasi kerja merupakan salah satu hal yang seringkali menjadi perhatian utama dari para pemimpin organisasi, baik secara terang-terangan maupun tertutup<sup>10</sup>. Dengan Demikian, komunikasi organisasi yang efektif dapat menjadi pendorong utama motivasi kerja, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan tingkat kepuasan kerja yang tinggi.

### 1.9.3 Definisi Operasional

#### a. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan kegiatan komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Komunikasi organisasi ini, mengacu pada pertukaran informasi yang terjadi di dalam perusahaan PT

---

<sup>10</sup> Musyawwir, Ansyari, M, & Parawu. 2021. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Gowa. Jurnal Unismuh, Vol. 2, No.2, hl. 444

Shippindo Teknologi Logistik khususnya pada divisi Customer Service.

b. Pola Komunikasi Organisasi

Menurut Joseph A Devito, terdapat lima pola komunikasi organisasi yaitu pola lingkaran, pola roda, pola Y, pola rantai, dan pola semua saluran.

1. Pola Lingkaran

Pada pola ini, setiap anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan dua anggota pada sisi kanan dan kirinya.

2. Pola Roda

Pada pola ini, kedudukan pemimpin berada di tengah (senter). Masing-masing anggota organisasi tidak dapat bertukar pesan secara langsung, karena setiap pesan hanya melalui pemimpin.

3. Pola Y

Pada pola ini, melibatkan satu anggota kelompok sebagai pemimpin, kemudian informasi dapat mengalir ke dua arah yang membentuk atau menyerupai huruf “Y”.

4. Pola Rantai

Pada pola ini, pesan/informasi hanya dapat dikirimkan pada anggota kelompok yang berada di sebelahnya. Pada pola rantai ini, yang posisinya berada di tengah akan mendapatkan informasi lebih banyak dari pada posisi di ujung.

5. Pola Semua Saluran

Pada pola ini, seluruh anggota organisasi bisa saling bertukar pesan dengan anggota lainnya.

c. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang membangun semangat seseorang untuk mencapai tujuannya, mengambil tindakan, dan

berpartisipasi dengan aktif dalam pekerjaannya sebagai *customer service* di PT Shippindo Teknologi Logistik.