**POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PT. JURNAL CONSULTING INDONESIA**

(Studi Kualitatif Pola Komunikasi Interpersonal pada divisi *Commercial Accounting* PT. Jurnal Consulting Indonesia Branch Medan)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Program Studi Ilmu Komunikasi

****

**Oleh :**

Fauzi Reza Ibrahim Karo-Karo (13071010)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI & MULTIMEDIA**
**UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**
**2019**

**Pola Komunikasi Interpersonal PT. Jurnal Consulting Indonesia (Studi Kualitatif Pola Komunikasi Interpersonal pada divisi *Commercial Accounting* PT. Jurnal Consulting Indonesia *Branch* Medan)**

**Fauzi Reza Ibrahim Karo Karo (13071010)
zizy@besarmulut.com**

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi ketertarikan penulis kepada dunia *startup*. Ketertarikan penulis membawa penulis pada salah satu perusahaan startup yang berkantor di Medan PT. Jurnal Consulting Indonesia. Skripsi ini membahas tentang pola komunikasi interpersonal PT Jurnal Consulting Indonesia *branch* Medan dalam menjaga kinerja karyawannya dalam divisi *Commercial Accounting*. Pertanyaan dalam penelitian ini adalah mengetahui pola komunikasi interpersonal PT. Jurnal Consuting Indonesia dalam divisi *Commercial Accounting* sebagai bentuk penguatan kinerja karyawan? Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal PT. Jurnal Consuting Indonesia dalam divisi *Commercial Accounting*. Penelitian ini menggunakan metode peneltiian deskriptif kualitatif dimana data diperoleh menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal yang dijalankan dalam keseharian pekerjaan yang membuat karyawan-karyawan menjadi nyaman dalam ruang lingkup pekerjaannya.

Kata Kunci: Startup, Interpersonal. *Commercial Acounting.****Interpersonal Communication Pattern of PT. Jurnal Consulting Indonesia
(Qualitative Study of Interpersonal Communication Pattern in the Commercial Accounting Division of PT. Jurnal Consulting Indonesia Branch Medan)***

**Fauzi Reza Ibrahim Karo Karo (13071010)
zizy@besarmulut.com**

***Abstract***

*This research is motivated by the author’s interest in the startup world. The author’s interest brings the author to one of startup company in Medan PT. Jurnal Consulting Indonesia. This thesis discusses about interpersonal communication pattern of PT. Jurnal Consulting Indonesia Branch Medan in maintaining the performance of its employees in the Commercial Accounting Division. The question in this research is knowing about interpersonal communication pattern in PT. Jurnal Consulting Indonesia in the Commercial Accounting Division in the form of strengthening employee performance? This research aims to knowing about interpersonal communication pattern in PT. Jurnal Consulting Indonesia in the Commercial Accounting Division. This research uses a qualitative descriptive research method because data obtained using interview method and field observation. The result of this research is show that interpersonal communication pattern which is conducted in daily work which makes employees be comfortable in the scope of work.*

*Keywords: Startup, Interpersonal, Commercial Accounting.*

1. **Pendahuluan**

Dalam segala aspek kehidupan, komunikasi merupakan sesuatu yang tak bisa dihindarkan bagi manusia sebagai makhluk sosial yang menuntut untuk saling berinteraksi satu sama lain baik secara formal maupun informal. Organisasi dan perusahaan adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan karena dalam setiap perusahaan tentu memiliki organisasi-organisasi yang sudah disiapkan untuk menjalankan keseharian perusahaan tersebut. Hadirnya organisasi juga sebagai motor untuk mencapai visi dan misi perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga proses-proses yang ada dalam organisasi perusahaan adalah faktor penentu dalam mencapai sebuah ke-efektifitas dalam sebuah organisasi tentu dengan melalui proses komunikasi tersebut. Dalam setiap keorganisasian akan timbul pertukaran ide dan informasi. Begitu vitalnya peran organisasi dalam perusahaan, oleh sebab itu perlu diberikan perhatian yang cukup signifikan untuk mengatur komunikasi dalam keorganisasian perusahaan.

Masing-masing dari anggota organisasi memiliki kebutuhan akan informasi akan tugas yang akan mereka jalankan untuk mencapai tujuan perusahaan. Baik secara horizontal maupun vertikal masing-masing dari anggota jujur dan terbuka agar komunikasi yang dibangun dapat diterima dengan baik dan dibangun dengan kepercayaan masing-masing untuk produktifitas dan semangat kerja.

Hadirnya komunikasi interpersonal untuk menciptakan pemahaman untuk sesama anggota organisasi hingga dapat menghadirkan kerja sama yang baik satu sama lain. Begitu juga dengan prosesnya tak selalu lancar tentu akan muncul berbagai masalah yang hadir dari komunikasi interpersonal yang dibangun baik itu konflik maupun kesalahpaham yang bisa mempengaruhi kinerja masing-masing. Oleh sebab itu dibutuhkan komunikasi interpersonal yang efektif untuk menghidari konflik maupun kesalahpahaman dalam organisasi perusahaan.

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif tentu dilihat berdasarkan peran-peran yang terlibat didalamnya, seperti pimpinan dan karyawan. Pimpinan harus dapat memfasilitasi kondisi komunikasi antarpribadi yang efektif yang meliputi: 1. Keterbukaan (*openness*), 2. Empati (*empathy*), 3. Kepositifan (*positiveness*), 4. Dukungan (*supportiveness*), dan 5. Kesetaraan (*equality*) (Arni, 2005:172).

Agar dapat membangun komunikasi antarpribadi yang efektif antara pimpinan dan karyawan menurut Sugiyo, hubungan antarpribadi akan terjadi secara efektif apabila kedua pihak memenuhi kondisi sebagai berikut: (a) bertemu satu sama lain secara personal, (b) empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti, (c) menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan, (d) menghayati pengalaman satu sama lain, (e) merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan gangguan arti, (f) memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat persamaan aman terhadap yang lain (Sugiyo, 2005:10). Dalam menciptakan komunikasi antarpribadi yang efektif Purba berasumsi bahwa melalui komunikasi diharapkan dapat membawa hasil pertukaran infomasi dan saling pengertian diantara orang-orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Komunikasi secara vertikal dengan pimpinan dan karyawan yang baik tentu menghasilkan peningkatan kinerja yang diharapkan. Dengan begitu masing-masing anggota dalam organisasi perusahaan yang terlibat akan saling memberikan *feed back* satu sama lain atas perilaku masing-masing.

Penulis memilih Jurnal Consulting Indonesia karena tidak banyak yang mengambil sudut pandang perusahaan *startup*, dimana perusahaan startup sedang rama-ramainya berdiri di Indonesia. Bila dibandingkan dengan perusahaan konvensional atmosfer perusahaan startup lebih luwes terutama soal karyawannya baik itu tentang jam kehadiran dan lokasi bekerja bisa dimana saja karena sebagai sifat kebanyakan perusahaan *startup* adalah berkolaborasi sehingga peran masing-masing didalam tim sangat penting disini dan tentu harus memiliki komunikasi interpersonal yang baik secara *vertikal* maupun *horizontal.*

1. **Tinjauan Pustaka**

Komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain. Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lain berbeda-beda. Arni Muhammad menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikannya. (Arni, 2005:159)

Devito menyatakan  agar  komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal yakni: (1) Keterbukaan (*openness*) ialah pada hakekatnya setiap manusia suka berkomunikasi dengan manusia lain, karena itu tiap-tiap orang selalu berusaha agar mereka lebih dekat satu sama lainnya. Faktor kedekatan atau *proximity* bisa menyatukan dua orang yang erat. Kedekatan antar pribadi mengakibatkan seseorang bisa dan mampu menyatakan pendapat-pendapatnya dengan bebas dan terbuka. Kebebasan dan keterbukaan akan memengaruhi berbagai variasi pesan baik verbal maupun nonverbal. Ini menunjukkan kualitas dari keterbukaan dari komunikasi antar pribadi yang mengandung dua aspek, yaitu aspek pertama keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain. Hal ini tidak berarti harus menceritakan semua latar belakang kehidupan. Namun yang penting ada kemauan untuk membuka diri pada masalah-masalah umum. Dari sini orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasannya sehingga komunikasi akan mudah dilakukan, dan aspek keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimuli yang datang kepadanya. Dengan demikian komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif jika keterbukaan dalam berkomunikasi ini dilakukan. Aspek kedua dari keterbukaan menunjuk pada kemauan seseorang untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang dan demikian pula sebaliknya. (2) Perilaku positif (*positiviness*) ialah Dalam komunikasi interpersonal kualitas ini paling sedikitnya terdapat tiga aspek perbedaan atau unsur, yaitu komunikasi interpersonal akan berhasil jika terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang, komunikasi interpersonal akan terpelihara baik jika suatu perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan, suatu perasaan positif dalam situasi umum amat bermanfaat untuk mengefektifkan kerjasama. (3) Empati (*empathy*) ialah kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain maupun mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain. Dengan kerangka empati ini maka seseorang akan memahami posisinya dengan begitu tidak akan memberikan penilaian pada perilaku atau sikap orang lain sebagai perilaku atau sikap yang salah atau benar. (4) Perilaku suportif (*suportiveness*) ialah komunikasi interpersonal akan efektif bila dalam diri seseorang ada perilaku suportif. Artinya seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap bertahan/ defensif. Keterbukaan dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak suportif. Dalam perilaku deskriptif ditandai dengan perilaku evaluasi, strategi dan kepastian. Deskriptif artinya seseorang yang memiliki sifat ini lebih banyak meminta informasi atau deskripsi tentang suatu hal. Dalam suasana seperti ini biasanya orang tidak merasa dihina atau ditantang tetapi merasa dihargai. Sedangkan orang yang memiliki sifat evaluatif cenderung menilai dan mengecam orang lain dengan menyebutkan kelemahan-kelemahan perilakunya. Spontanitas adalah individu yang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkannya. Biasanya orang seperti itu akan ditanggapi dengan cara yang sama terbuka dan terus terang. Provisionalisme adalah individu yang memiliki sikap berpikir terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain bila pendapatnya keliru. Orang yang memiliki sifat ini tidak bertahan dengan pendapatnya sendiri sementara orang yang memiliki sifat kepastian merasa bahwa ia telah mengetahui segala sesuatunya dan merasa yakin bahwa pendapatnya yang paling benar. (5) Kesamaan (*equality*) yaitu meliputi kesamaan dalam dua hal. Pertama kesamaan bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi. Artinya komunikasi antar pribadi umumnya akan lebih efektif bila para pelakunya mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Namun hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif. Komunikasi dengan individu yang tidak memiliki kesamaan tetap akan berjalan efektif apabila kedua belah pihak saling menyesuaikan diri. Kedua, kesamaan dalam percakapan diantara para pelaku komunikasi, maksudnya ada kesamaan dalam hal mengirim dan menerima pesan. Dalam setiap situasi seringkali terjadi ketidaksamaan. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksamaan ini komunikasi interpersonal akan lebih efektif kalau suasananya setara. Artinya harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga. Dalam hubungan antar pribadi yang ditandai oleh kesamaan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada, jika dibandingkan sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesamaan tidak mengharuskan menerima dan menyetujui semua perilaku orang lain. Kesamaan berarti menerima pihak lain atau memberikan penghargaan yang positif tak bersyarat kepada pihak lain. (Devito, 1997:265)

Pola komunikasi adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi hadir sebagai model dari proses komunikasi sehingga dengan beraneka ragamnya model komunikasi serta bagian dari proses komunikasi tersebut, maka akan menemukan bagaimana pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Menurut (Julia T. Wood, 2002:20) ada tiga pola atau model dari komunikasi interpersonal, yakni:

a. Model Linier



Model pertama dalam komunikasi interpersonal digambarkan sebagai bentuk yang linear atau searah, proses dimana seseorang bertindak terhadap orang lain.

b. Model Interaktif



Menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan umpan balik sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikan. Model interaktif menyadari bahwa komunikator menciptakan dan menerjemahkan pesan dalam konteks pribadinya. Semakin banyak pengalaman komunikator dalam berbagai kebudayaan akan semakin baik pemahamannya terhadap orang lain.

c. Model Transaksional



Menekankan pada pola komunikasi yang dinamis dan sebagai peran yang dijalankan seseorang selama proses interaksi. Salah satu ciri dari model ini adalah penjelasan mengenai waktu yang menunjukkan fakta bahwa pesan, gangguan, pengalaman senatiasa berubah dari waktu ke waktu. Model ini menganggap bahwa gangguan muncul diseluruh proses komunikasi interpersonal. Pengalaman dari setiap komunikator dan pengalaman yang dibagikan dalam proses komunikasi berubah setiap waktu.

Kinerja dapat diartikan sebagai bentuk dari hasil sebuah keberhasilan pegawai, kinerja juga dapat diartikan sebagai perilaku seseorang dalam menentukan sasaran kerja, pencapaian target sasaran kerja, cara kerja dan sifat pribadi seseorang. Kinerja atau prestasi kerja *(performance)* diartikan sebagai ungkapan kemampuan yang didasari oleh pengetahuan, sikap, keterampilan dan motivasi dalam menghasilkan sesuatu. (Handoko, 2001:21)

1. **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kepada subjek penelitian guna mendapatkan data. (Moleong, 2014:6)

Penelitian dilakukan di lokasi kantor Jurnal Consulting Indonesia yang terletak di Komp. Ruko Centre Point Medan Jalan Timor Blok G No. III/IV 2nd Floor, Gg. Buntu, Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah tim divisi *Commercial Accounting*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi langsung ke lapangan, memanfaatkan data-data studi kepustakaan dan dokumentasi selama melakukan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif.

1. **Hasil dan Pembahasan**

Pola komunikasi merupakan sebuah bentuk hubungan antara dua individu atau lebih baik sebagai pengirim pesan dan penerima pesan dalam suatu kegiatan. Kegiatan itu mencakup aktifitas dan hal-hal lain yang terjadi antar sesama individu yang berkecimpung dalam organisasi atau kelompok. Dan komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara individu ke individu secara tatap muka. Sebagai sebuah divisi dalam suatu organisasi pekerjaan, komunikasi interpersonal tentu dibutuhkan untuk membentuk hubungan antara masing-masing karyawan. Tetapi, suatu hubungan dapat terbentuk bila satu sama lain karyawan sudah saling berkomunikasi satu sama lain. Pertemuan tidak hanya dilakukan secara tatap muka tapi juga menggunakan media sosial sebagai media komunikasi rutin serta untuk menjadi media kontrol harian antar karyawan dalam berkomunikasi. Selain itu interaksi yang dilakukan dari divisi *Commercial Accounting* dalam berkomunikasi setiap hari. Dari jawaban yang penulis dapatkan dari informan dapat simpulkan bahwa cara berkomunikasi dari divisi *Commercial Accounting* satu sama lain*,* penulis menemukan beberapa pola komunikasi yang terjadi selama proses pengamatan dan tentunya tetap dalam konteks komunikasi interpersonal, sehingga komunikasi yang digunakan bersifat formal dan informal. Interaksi antara individu dalam divisi C*ommercial Accounting* baik itu dengan sesama karyawan atau dengan atasan merupakan sebuah proses komunikasi yang berlangsung sebagai keseharian dalam lingkungan pekerjaan. Seperti fokus pada penelitian ini yang berfokus pada kajian pola, yang dimana bila diartikan pola adalah sebuah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.

Temuan analisis data tentang pola komunikasi interpersonal antara individu dalam divisi C*ommercial Accounting* adalah pola komunikasi yang bila digambarkan mengikuti pola melingkar atau interaktif. Dimana dalam pola ini diartikan bahwa tiap pelaku komunikasi dapat saling mengirimkan pesan lalu kemudian diterjemahkan atau dipahami sebagai bentuk umpan balik kepada pengirim pesan dan hal ini dilakukan secara terus menerus. Bila digambarkan, model interaktif merupakan sebuah proses dimana komunikator memberikan umpan balik sebagai respon dari pesan komunikan. Fakta di lapangan menunjukkkan bahwa komunikasi keseharian yang digunakan cukup lancar antar masing-masing karyawan baik itu dengan atasan maupun bawahan. Dimana komunikasi yang bangun dalam divisi seperti tanpa hirarki, pendekatan komunikasi satu sama lain menggunakan komunikasi layak teman dimana obrolan dalam pekerjaan cukup dekat. Perihal pengambilan keputusan juga menjadi penting dalam suatu organisasi, dimana suara dari masing-masing karyawan baik itu saran maupun kritik menjadi penting untuk didengarkan karena bisa saja itu memberi angin segar ditengah krusialnya masalah dan perlu keputusan dengan cepat. Hubungan antar masing-masing karyawan juga bisa dikatakan cukup baik, hangat dan akrab karena diluar jam pekerjaan juga masih dalam lingkungan yang sama baik itu ketika pergi makan atau pergi nonton. Sebagai pemimpin dari divisi mencoba membangun lingkungan kerja yang kondusif melalui komunikasi yang juga nyaman antara satu sama lain karyawan. Komunikasi yang dilalui setiap hari juga tidak melulu tentang pekerjaan, juga terkadang ada unsur masalah pribadi yang juga ikut sesekali menjadi obrolan satu sama lain. Komunikasi yang berlangsung antara masing-masing umumnya dialog tentang tugas pekerjaan dan juga seputar permasalahan pribadi. Disini berlangsung sebuah pola komunikasi interpersonal antara masing-masing karyawan yang mengutara pesan yang disampaikan dalam berbagai macam bentuk baik itu pekerjaan atau permasalahan pribadi dan lawan bicara memberikan umpan balik dari pesan yang disampaikan kepadanya dan ini berlangsung secara sirkular. Tapi dalam keberlangsungannya komunikasi setiap hari tidak melulu satu arah tapi bisa juga sebaliknya dimana masing-masing peserta komunikasi dapat mengirim dan memberikan umpan balik secara bersama-sama.

Dalam komunikasi interpersonal ada aspek-aspek yang perlu diperhatikan seperti; keterbukaan *(openness),* perilaku positif *(positivisness),* empati *(empathy),* perilaku suportif *(suportiveness),* kesamaaan *(equality).*

a. Keterbukaan (openness)

Dalam keterbukaan *(openness)* pelaku komunikasi sama-sama saling terbuka satu sama lain dengan suasana pekerjaan yang seperti tanpa ada hierarki dalam kesehariannya, suasana pekerjaan yang seperti teman tanpa memerdulikan kata atasan dan bawahan. Sebagai supervisi yang dimana ini adalah posisi tertinggi dalam divisi ini mau untuk melakukan obrolan intim dengan *sharing* 4 mata bila ada permasalahan baik itu masalah internal maupun eksternal dimana dengan begitu sebagai supervisi dapat mengetahui apa penyebab turunnya performa dari bawahannya berikut dengan motivasi yang diperlukan sebagai saran.

b. Perilaku Positif (positivisness)

Pada aspek yang kedua perilaku positif *(positivisness)*, fokus pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Karyawan yang acuh, diam merupakan karyawan yang membosankan karena tidak menjadi peserta komunikasi yang aktif dalam suasana pekerjaan. Untuk sebuah suasana pekerjaan dimana masing-masing karyawan akan menjadi pelaku komunikasi tentu keterbukaan atas ucapan merupakan sesuatu yang diharapkan dan sebuah ketidakacuhan karyawan merupakan sesuatu yang buruk dalam komunikasi harian, bahkan rasanya ketidaksepakatan lebih baik karena dengan adanya ketidaksepakatan berarti proses komunikasi berjalan. Dengan saling menerima kritik dan saran secara vertikal ataupun sebaliknya, dimana masing-masing karyawan dalam C*ommercial Accounting* melakukan itu cukup sering bahkan seorang supervisi juga dengan sangat menerima saran yang diberikan bawahannya untuk *case-case* tertentu dalam mencapai target perusahaan. Dengan adanya perilaku positif ini dari atasan akan memunculkan lingkungan kerja yang positif dengan hadirnya lingkungan kerja yang positif maka kenyamanan bekerja akan hadir bersamaan dengan perilaku positif itu sendiri.

c. Empati (emphaty)

Aspek yang ketiga empati *(emphaty)*, dengan terjun ikut dalam obrolan masalah pribadi dengan mengetahui permasalahan yang terjadi diantara bawahannya yang tentunya itu akan menyangkut performa dari bawahannya yang mempengaruhi target perusahaan. Selain itu juga setiap kali divisi berhasil *achive*, sebagai supervisi melakukan reward atas kerja keras bawahannya dengan membuat satu hari libur dihari kerja dan mengajak pergi makan-makan dengan biaya bukan dari perusahaan tapi dari kantong supervisi itu sendiri.

d. Perilaku Suportif

Aspek keempat perilaku suportif *(supportiveness),* sebuah proses komunikasi bisa dikatakan lancar bila berlaku sikap positif dan itu sudah diterapkan di divisi C*ommercial Accounting* dengan sama-sama bertanggung jawab atas target yang sudah diberikan oleh perusahaan untuk divisi. Merasa sama-sama peduli atas target yang ingin dicapai. Mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan dua cara; menyatakan sikap positif dan secara positif mengajak orang lain untuk ikut berinteraksi. Sikap positif dengan menunjukkan performa kerja yang sesuai diminta perusahaan dan ikut menjadi obrolan yang menyenangkan di lingkungan pekerjaan. Mengajak satu tim divisi untuk sama-sama peduli atas prestasi divisi agar masuk 3 besar nasional.

e. Kesamaan (equality)

Aspek yang kelima kesamaan *(equality),* ketidaksertaraan dapat diterjadi dimana-mana dan rasanya cukup sulit untuk menghilangkannya. Terutama bagi karyawan yang memiliki *skill* lebih mempuni dari karyawan lainnya. Komunikasi interpersonal akan efektif bila terjadi lingkungan yang setara. Dalam artian masing-masing karyawan harus mengakui kualitas dari individu masing-masing dan tidak mempermasalahkannya karena beranggapan bahwa semuanya sama-sama berharga dan semua punya hak untuk bersuara. Begitu juga dengan divisi C*ommercial Accounting* yang melakukan kesetaraan dalam hal urusan kerja, seperti misalkan kritik dan saran sering terjadi karena atasan menganggap suara mereka juga penting untuk mencapai target yang diberikan perusahaan. Dengan adanya kesetaraan ini rasanya cukup berpengaruh sekali, karena tidak ada karyawan yang dibeda-bedakan dalam berpedapat semuanya sama mempunyai hak yang sama untuk bersuara dan sebagai supervisi juga ikut merangkul tim karena dia menggangap mereka bekerja disatu atap dan sama-sama menghadapi satu tujuan yang dimana itu tujuan bersama satu divisi tidak ada yang dibeda-bedakan. Dengan kesetaraan ini juga berhasil membuat mereka *achive* 11 sekali dan hampir tiap bulan berhasil menjadi *best perfomance* dan menjadi 3 besar di nasional.

Setelah penulis melakukan wawancara dan pengamatan langsung dilapangan dapat dihasilkan bahwa terdapat kedekatan antara masing-masing karyawan dalam divisi C*ommercial Accounting* baik secara internal ruang lingkup pekerjaan sampai dengan eksternal tentang masalah pribadi mereka sendiri diluar pekerjaan. Diluar urusan pekerjaan kegiatan mereka juga baik karena cukup sering beraktifitas barengan seperti makan bareng atau pergi nonton bareng dan itu berhasil membawa ruang lingkup pekerjaan yang baik tanpa tekanan dan seperti tanpa hierarki atasan dan bawahan mereka sudah seperti teman. Mereka cukup dibiasakan untuk saling mengerti satu sama lain akan target yang akan dicapai dengan begitu mereka akan saling mendukung atas pekerjaan masing-masing dan memberi motivasi baik itu secara internal maupun eksternal, semua demi mencapai target yang ingin dicapai. Semua orang pasti memiliki tujuannya masing-masing dalam bekerja, tapi semua sebisa mungkin tetap pada target yang sama untuk sesuai dengan target yang diberikan perusahaan. Jika hasil dari keseluruhan dijelaskan tentang pola komunikasi interpersonal dari divisi *Commercial Accounting* pada masing-masing karyawan dalam menjaga ruang lingkup pekerjaan yang nyaman dengan rasa keterbukaan, sikap positif, empati, sikap suportif dan kesamaan. Oleh sebab itu ruang lingkup pekerjaan yang nyaman serta akrab satu sama lain dapat tercipta.

1. **Kesimpulan & Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan, penulis dapat menyimpulkan bahwa pola komunikasi interpersonal memiliki pengertian bahwa model-model yang digunakan para pelaku komunikasi dalam hal ini tentu komunikasi interpersonal atau dua orang atau lebih yang saling bertatap muka secara langsung. Kesimpulan dari pola komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh karyawan divisi C*ommercial Accounting* adalah model interaktif dimana model ini memiliki unusr pesan, sumber pesan dan umpan balik. Sesuai dengan teori Devito tentang ada lima aspek yang perlu diperhatikan dalam keefektifan komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan antara masing-masing karyawan divisi C*ommercial Accounting* yang seperti tanpa hierarki, dapat melakukan obrolan intin dengan sharing 4 mata kapanpun baik itu masalah eksternal maupun internal. Dengan saling terbuka satu sama lain dan terbiasa untuk *sharing* maka tidak ada hal yang disembunyikan. Begitu juga dengan perilaku positif antara masing-masing karyawan yang dapat saling memberikan kritik maupun saran satu sama lain untuk kepentingan internal tentunya untuk fokus pada target yang diberikan oleh perusahaan. Dengan empati dari supervisi sebagai atasan untuk mengetahui apa penyebab dari turunnya performa karyawannya dengan secara langsung menanyakan penyebab dari turunnya performanya tersebut. Mengajukan diri sebagai pendengar agar langsung mengetahui penyebab itu dan segera memperbaikinya. Pada perilaku positif dimana masing-masing karyawan merasa bertanggung jawab atas target yang diberikan oleh perusahaan dan sama-sama peduli atas target yang ingin mereka capai ditiap bulannya. Begitu juga dengan kesamaan dimana dalam pengambilan keputusan walaupun masih dalam *case-case* tertentu, semua punya hak suara yang sama sehingga semua merasa sama-sama penting dalam target yang ingin dicapai.

Dari hasil penelitian yang sudah diuraikan, penulis memberikan saran sebagai berikut; hubungan yang terlalu terbuka satu sama lain juga tidak terlalu baik sebenarnya karena bisa menyentuh privasi-privasi yang tidak ingin diceritakan. Karena setiap orang pasti memiliki masalah yang benar-benar ingin dia simpan karena bisa jadi itu membuatnya malu karena bila diungkapkan. *Reward* memang menjadi suatu penghargaan untuk mereka yang sudah bekerja keras, tapi seharusnya jangan menggunakan uang dari kantong pribadi karena itu bisa menimbulkan masalah didepan bila mana sudah *achive* dan keuangan sedang dalam kondisi buruk dan karena kebiasaan mereka diberi *reward* pergi makan-makan dan itu tentu bukan biaya yang murah. Ketika reward itu tidak ada ketika sedang *achive* tentu mereka akan menuntut itu di depan nanti.

**DAFTAR PUSTAKA**

A.W. Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia, Edisi 5*. Profesional Books. Jakarta.

Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Rineka Cipta. Jakarta.

Gumelar, Gumgum. Maulana, Herdiyan. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasif*. Akademia Permata. Jakarta.

Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Ketiga Puluh Dua*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Bandung.

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

P Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. PT. Indeks. Jakarta.

Prawiro, Sentono Suryadi. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Psikologi Komunikasi.* Remaja Rosdakarya.Bandung.

Sugiono. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitaif dan R&D*. Alvabeta. Bandung.

Sugiyo. 2005. *Komunikasi Antarpribadi*. Penerbit UNNES Press. Semarang.

Uchjana, Effendy Onong. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Widjaja, A. W. 2002. *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi. Rineka Cipta*. Jakarta.

Wood. Julia T. 2013. *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Salemba Humanika. Jakarta