EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai derajat Sarjana Strata I (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Humas

Diajukan Oleh :

Prabowo

07031381520112

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL

SKRIPSI

OLEH

PRABOWO

07031381520112

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Komisi Pembimbing	Nama	Tanda Tangan
Pembimbing I	Dr. Andy Alfatih, MPA. NIP.196012241990011001	.....
Pembimbing II	Krisna Murti, S.Ikom.,MA. NIP. 198807252019031010	.....

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji dan

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Pada Tanggal 07 Oktober 2019

Ketua :

1. Dr. Andy Alfatih, MPA .....

NIP. 196012241990011001

Anggota :

1. Krisna Murti, S.Ikom.,MA .....

NIP. 198807252019031010

2. Dr. Retna Mahriani, M.Si .....

NIP. 196012091989122001

3. Hoirun Nisyak, S.Pd.,M.Pd .....

NIP. 197803022002122002

Mengetahui,

Dekan FISIP	**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**
Prof. Dr. Kiagus. M. Sobri, M.Si	**Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si**
NIP.196311061990031001	**NIP. 197905012002121005**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
ILMU ALAT PENGABDIAN

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Prabowo
NIM	: 07031381520112
Tempat dan tanggal lahir	: Pangkalan Benteng, 23 Desember 1996
Konsenntrasi/Jurusan	: Humas / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang berjudul : "Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sangsi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusiya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 23 September 2019

METERAI TEMPEL
TGL. 20
57154AFF928603183
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Prabowo

NIM.07031381520112

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada ﷲ Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, hidayah serta inayahya yang diberikan kepada penulis berupa kesehatan jasmani dan rohani, sehigga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan tepat waktu. Pembuatan skripsi ini merupakan syarat untuk mecapai derajat sarjana strata 1 (S1) ilmu komunikasi. Pembahasan serta analisis yang dibuat oleh penulis dalam skripsi ini yaitu mengenai "EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL" Dalan menyelesaikan penyusunan skripsi penulis mendapatkan bimbingan, serta dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis sangat menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan serta dukungan tersebut, penyusunan proposal skripsi akan mengalami banyak hambatan. Atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, maka pada kesempatan ini penulis mengucapan terimakasih kepada :

1. Bapak dan Ibu, orang tua yang selalu mendoakanku, menyayangi, serta selalu bekerja keras untuk bisa menyekolahkanku.
2. Seluruh anggota keluarga ku yang selalu mendukung.
3. Bapak Dr.Andy Alfatih, MPA yang terhormat selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap ilmu dan waktu nya untuk membimbing
4. Ibu Nurly Meilinda, S.Ikom., M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap ilmu dan waktu nya untuk membimbing
5. Bapak Krisna Murti, S.Ikom.,MA selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap ilmu dan waktu nya untuk membimbing
6. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku dosen penguji sidang komprehensif
7. Ibu Hoirun Nisyak selaku dosen penguji sidang komprehensif
8. Ibu Siti Rahmi Indah sari Selaku Section Head Officer Humas PT Pertamina MOR II
9. Mbak Siti Hanum Ilmi selaku Jr Officer Humas PT Pertamina MOR II

10. Mas Bramantyo Rahmadi Jr Officer Humas PT Pertamina MOR II
11. Mbak Asni staf administrasi yang telah membantu dalam pengumpulan data
12. Para staf Humas PT Pertamina MOR II
13. Staf Administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi (Mbak Sertin dan Mbak Anti)
14. Serta teman – teman kuliah jurusan ilmu komunikasi Fisip Unsri yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi
15. Sahabat yang selalu menemani dikala susah, dan senang, ketika kuliah (M Fajri Islammi, Rahmat Aulia Maulana, Ario Winanda, Sapta Pramanda, Gio Rambumi, Ilham Khalik, Khairus Sabirin, Zikri Ramadhan, Kms Achmad Ridwan, Imam Ilman (pindah jurusan), Msy Farah, Sari Hardini, Intan Rosfero)
16. Teman – teman yang menyempatkan hadir ketika kompre (Hani, Niki, Windi, Weri, Atiqoh, Dina)
17. Teman – teman magang KKK (Gio, DJ, Debby)
18. Dan Untukmu yang sudah menemaniku selama 4 tahun lebih, dan rela menunggu, menemani dan menyayangi.

Semoga ﷲ memberikan balasan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Aamiin. Demikianlah dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Jazakumullah Khairan.

Palembang, Oktober 2019

Penulis

Prabowo

NIM.07031381520112

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING..... ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....v
KATA PENGANTAR..... vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR..... xiii
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN.....1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.1.1 Sering terjadi miskomunikasi di antara para karyawan fungsi *Communication and CSR* PT Pertamina (Persero) Sumbagsel. 3
1.1.2 Terdapat indikator dari efektivitas komunikasi interpersonal yang masih harus ditingkatkan diantara komunikasi interpersonal para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel 9
1.1.3Terdapat Hambatan – Hambatan dalam Berkomunikasi Interpersonal antara para karyawan fungsi *Communication and CSR* PT Pertamina (Persero) Sumbagsel..... 10
1.2 Rumusan Masalah 13
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4 Manfaat Penelitian 14
1.4.1 Manfaat Teoritis 14
1.4.2 Manfaat Praktis.....14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....15
2.1 Landasan Teori.....15
2.2 Efektivitas Komunikasi interpersonal 15
2.3 Beberapa Teori Efektivitas Komunikasi *Interpersonal* 20
2.3.1 Efektivitas komunikasi *interpersonal* menurut Hardjana.....20
2.3.2 Efektivitas Komunikasi menurut H.A.W. Widjaja.....21
2.3.3 Efektivitas komunikasi *interpersonal* menurut Josep A Devito..... 24

2.3.4 Teori Negosiasi Wajah (*Face Negotiation Theory*) menurut Stella Ting-Toomey 27
2.4 Teori Komunikasi *Interpersonal* yang digunakan dalam penelitian ini 28
2.5 Kerangka Teori 32
2.6 Kerangka Pemikiran 34
2.7 Hipotesis 37
2.8 Penelitian Terdahulu 37

BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Rancangan Penelitian 41
3.2 Definisi Konsep 41
3.3 Definisi Oprasional 43
3.4 Unit Analisis Penelitian dan Unit Observasi 44
3.5 Data dan Sumber Data 45
3.5.1 Data 45
3.5.2 Sumber Data 45
3.6 Populasi 46
3.6.1 Populasi 46
3.6.2 Sampel 46
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Intrumen 47
3.7.1 Uji Validitas Instrumen 48
3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen 49
3.8 Teknik Pengumpulan Data 50
3.8.1 Penyebaran Kuisioner 50
3.8.2 Observasi 50
3.8.3 Studi Dokumentasi 51
3.9 Teknik Analisis Data 51
3.9.1 Teknik Analisi Deskriptif 51
3.10 Sistematika Penulisan 53

BAB IV GAMBARAN UMUM 54
4.1 Sejarah Perusahaan 54
4.2 Visi, Misi Tujuan dan Tata Nilai Perusahaan 56
4.3 Logo dan Makna Logo Perusahaan 58
4.4 Prioritas Strategis 59
4.5 Kegiatan Perusahaan 60
4.5.1 Kegiatan Hulu 60
4.5.2 Kegiatan Hilir 61
4.5.3 Gas, Energi baru & Terbarukan 64
4.6 *Marketing Operation Region II* 66

BAB V HASIL DAN ANALISIS 67

5.1 Identitas Responden 67
5.2 Analisis Data dengan Teknik Analisis Deskriptif 68
5.2.1 Klasifikasi Penilaian Jawaban Pada Kuesioner Perindikator 69
5.2.2 Keterbukaan (*Openness*) 70
5.2.2.1 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki kesediaan untuk mengungkapkan identitas diri terhadap karyawan lain 70
5.2.2.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memiliki Kesediaan Mengungkapkan Pikiran.....72
5.2.2.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Bersedia Untuk Menerima Karyawan lain Apa adanya 74
5.2.3 Sikap Positif (*Positivness*) 77
5.2.3.1 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Bersedia untuk Mengawali/memulai komunikasi dengan karyawan lain.....77
5.2.3.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing* ..... *Operation Region II* Sumbagsel Memperhatikan dengan serius ketika diajak berkomunikasi baik dengan atasan maupun bawahan dan rekan 80
5.2.3.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Cepat merespon ketika sedang berkomunikasi dengan karyawan lain 82
5.2.3.4 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Tanggap ketika Sedang berkomunikasi dengan karyawan lain 84
5.2.3.5 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Berpikir Positif kepada karyawan lain ketika berkomunikasi .86
5.2.3.6 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Tidak Menaruh curiga kepada karyawan lain ketika Berkomunikasi 88
5.2.3.7 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Meyakini pentingnya karyawan lain karyawan lain.....90
5.2.3.8 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memberikan Apresiasi terhadap karyawan lain ketika Berkomunikasi 92

5.2.3.9 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memberikan Pujian terhadap karyawan lain ketika berkomunikasi 94
5.2.4 Empati (*Empathy*) 98
5.2.4.1 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Merasakan Apa yang karyawan lain rasakan ketika berkomunikasi 98
5.2.4.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Perhatian Terhadap karyawan lain ketika Berkomunikasi 100
5.2.4.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memahami Sikap karyawan lain ketika berkomunikasi 102
5.2.4.4 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memahami Perilaku karyawan lain ketika berkomunikasi 104
5.2.5 Sikap Mendukung (*Supportivnes*).....106
5.2.5.1 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Memiliki Komitmen untuk berinteraksi secara terbuka Sesama karyawan 106
5.2.5.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memberikan Masukan/nasehat terhadap karyawan lain 108
5.2.5.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel mengikuti Masukan/nasehat dari karyawan lain 109
5.2.5.4 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memberikan Bantuan secara sukarela terhadap karyawan lain 111
5.2.6 Kesetaraan (*Equality*).....113
5.2.6.1 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki Peran yang sama dengan karyawan lain Ketika berkomunikasi 113
5.2.6.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Menyadari Akan adanya kepentingan yang berbeda.....116

5.2.6.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Tidak Memaksakan kehendak terhadap karyawan lain.....117
5.2.6.4 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Melakukan Komunikasi dua arah baik dengan atasan, Bawahan atau rekan 119
5.2.6.5 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel saling Memerlukan dengan karyawan lain 121
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....126
6.1 Kesimpulan 126
6.2 Saran.....127
DAFTAR PUSTAKA.....129
LAMPIRAN 136

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar kejadian / fenomena miskomunikasi oleh karyawan pada *Fungsi Communication and CSR* PT Pertamina (Persero) Sumbagsel 6
Tabel 1.2 Hambatan – Hambatan dalam Berkomunikasi Interpersonal antara para karyawan fungsi *Communication and CSR* PT Pertamina (Persero) Sumbagsel 11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 38
Tabel 3.1 Definisi Oprasional 43
Tabel 3.2 Standar Penilaian Reliabilitas 49
Tabel 3.3 Bobot Kuisioner Penelitian 40
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian 52
Tabel 5.1 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata – Rata Skor 70
Tabel 5.2 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki kesediaan untuk mengungkapkan identitas diri terhadap karyawan lain 71
Tabel 5.3 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki kesediaan untuk mengungkapkan pikiran 73
Tabel 5.4 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel bersedia untuk menerima karyawan lain apa adanya 75
Tabel 5.5 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel bersedia untuk mengawali/memulai komunikasi Dengan karyawan lain 78
Tabel 5.6 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memperhatikan dengan serius ketika diajak Berkomunikasi baik dengan atasan maupun bawahan dan rekan.....81
Tabel 5.7 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel cepat merespon ketika sedang berkomunikasi dengan karyawan lain 83
Tabel 5.8 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Tanggap ketika sedang berkomunikasi dengan karyawan lain.....85
Tabel 5.9 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel berpikir positif kepada karyawan lain ketika berkomunikasi 87
Tabel 5.10 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel tidak menaruh curiga kepada karyawan lain ketika berkomunikasi 89
Tabel 5.11 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel meyakini pentingnya karyawan lain.....91
Tabel 5.12 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region*

II Sumbagsel memberikan apresiasi terhadap karyawan lain Ketika berkomunikasi 93
Tabel 5.13 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memberikann pujian terhadap karyawa lain Ketika berkomunikasi 95
Tabel 5.14 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel merasakan apa yang karyawan lain rasakan ketika berkomunikasi 99
Tabel 5.15 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel perhatian terhadap karyawan lain ketika berkomunikasi 101
Tabel 5.16 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memahami sikap karyawan lain ketika berkomunikasi 103
Tabel 5.17 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memahami perilaku karyawan lain ketika berkomunikasi 104
Tabel 5.18 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki komitmen untuk berinteraksi secara Terbuka 107
Tabel 5.19 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memberikan masukan/nasehat terhadap karyawan lain 108
Tabel 5.20 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel mengikuti masukan/nasehat dari karyawan lain 110
Tabel 5.21 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memberikan bantuan secara sukarela terhadap Karyawab lain 112
Tabel 5.22 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel memiliki peran yang sama dengan karyawan lain Ketika berkomunikasi 114
Tabel 5.23 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda 116
Tabel 5.24 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel tidak memaksakan kehendak terhadap karyawan lain 118
Tabel 5.25 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel melakukan komunikasi dua arah baik dengan Atasan, bawahan maupun rekan 119
Tabel 5.26 Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel saling memerlukan dengan karyawan lain 121
Tabel 5.27 Rekapitulasi hasil penelitian Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero)

Marketing Operation Region 123

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan media google form dengan pertanyaan “ apakah sering terjadi miskomunikasi antara anda dan rekan kerja anda ditempat kerja anda ?” 5
Gambar 1.2 Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan media gooogle form dengan pertanyaan “ Dari lima dibawah ini mana yang perlu ditingkatkan untuk membangun komunikasi interpersonal yang efektif ditempat kerja anda 10
Gambar 2.1 Alur Pemikiran 37
Gambar 4.1 Logo Perusahaan 58
Gambar 4.2 Prioritas Strategi 59
Gambar 5.1 Diagram Jenis Kelamin 67

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Hasil Kuesioner 137
Lampiran 2 Kuesioner 141
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas 145
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 146
Lampiran 5 Surat Penunjukan 151
Lampiran 6 Surat Keterangan 152
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi 153

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL

Oleh :
PRABOWO
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya

ABSTRAK

Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II Sumbagsel, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif nilai keefektivan komunikasi interpersonal. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa efektif komunikasi interpersonal karyawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan sampel sebanyak 65 responden yaitu karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Pegumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka, di dapati hasil bahwa dari kelima dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yakni *keterbukaan, sikap positif, empati, sikap mendukung, kesetaraan* rata – rata skor yang didapatkan yakni 265 dengan rata – rata persentase sebesar 79,82% dan masuk dalam kategori baik. Dengan demikian berdasarkan hasil rata – rata dari tiap dimensi tersebut disimpulkan bahwa Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel Efektif.

Kata Kunci : Efektivitas, Komunikasi, Interpersonal

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. Andy Alfatih, MPA	**Krisna Murti, S.Ikom.,MA**
NIP.196012241990011001	**NIP. 198807252019031010**

Palembang, ~~September~~ 30/10 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP.197905012002121005

INTERPERSONAL COMMUNICATION EFFECTIVENESS OF EMPLOYEES PT. PERTAMINA (PERSERO) MARKETING OPERATION REGION II SUMBAGSEL

By :
PRABOWO
Science Communication Program
Sriwijaya University

ABSTRACT

The Effectiveness of Interpersonal Communication Employees of PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II of Sumbagsel*, this study was conducted to find out how effective the effectiveness of interpersonal communication is. This research was conducted to measure how effective employee interpersonal communication. The method used in this research is quantitative method. This research was conducted with a sample of 65 respondents, namely employees of PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II Sumbagsel. The collection of data in this study using questionnaires, observations, and study documentation. Based on the results of the analysis of the research that has been carried out, it was found that from the five dimensions used in this study are openness, positive attitude, empathy, supportive attitude, the average equality score obtained is 265 with an average percentage of 79, 82% and included in the good category. Thus based on the average results of each of these dimensions it is concluded that the Interpersonal Communication of PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II Sumbagsel is Effective.*

Keywords: Effectiveness, Communication, Interpersonal

Advisor I	***Advisor II***
Dr. Andy Alfatih, MPA	**Krisna Murti, S.Ikom.,MA**
NIP.196012241990011001	**NIP. 198807252019031010**

Palembang, 3 September 2019
Head of Communication Studies Program
Faculty of Social Sciences Political Sciences
Sriwijaya University

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP.197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan bagi manusia, manusia memiliki sifat sosial sehingga membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Selain sebagai kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, komunikasi yang efektif menjadi keinginan semua orang. Dengan komunikasi efektif tersebut pihak – pihak yang terlibat didalamnya memperoleh manfaat sesuai yang diinginkan.

Sebagai makhluk sosial manusia hidup dalam tatanan kehidupan masyarakat. Dalam kehidupan tersebut masyarakat selalu berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi satu sama lain secara langsung atau tidak langsung antara dua individu inilah yang disebut dengan komunikasi interpersonal. Menurut Devito komunikasi adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.(Suranto, 2011:4) Komunikasi *interpersonal* yang seperti ini akan menimbulkan kondisi mental, kebiasaan, sopan santun, dan tatanan tidak tertulis yang akan diikuti oleh individu. Komunikasi ini berlangsung secara lisan tatap muka, verbal dan nonverbal, sehingga pesan dapat beredar lebih cepat dan memberi kesan jujur, saling mempercayai, akrab, dan terbuka. Proses komunikasi seperti inilah yang akan selalu terjadi di dalam sebuah organisasi masyarakat, karena melalui organisasi masyarakat terdapat adanya pertukaran informasi, gagasan dan pengalaman.

Komunikasi interpersonal merupakan tindakan secara langsung, namun dalam proses terjadinya komunikasi secara interpersonal akan selalu ada ketidakseimbangan atau akan selalu ada dominasi di salah satu pihak. Contohnya di tempat kerja, pada saat terjadi proses komunikasi interpersonal maka akan ada satu pihak yang mendominasi, akan ada jarak antara atasan dan bawahan saat

berkomunikasi, komunikasi interpersonal akan lebih banyak didominasi oleh atasan sehingga memang sulit untuk melihat kesetaraan dalam komunikasi interpersonal, selain itu perusahaan akan menentukan bagaimana mereka berkomunikasi, bahasa apa yang digunakan dan tatanan nilai apa yang mereka gunakan. Salah satu contoh adalah PT Pertamina (Persero) Sumbagsel.

PT Pertamina (Persero) merupakan perusahaan miliki negara (BUMN) yang memiliki kegiatan usaha di bidang penyelenggaraan usaha energi, yaitu minyak dan gas bumi, energi baru dan terbarukan, serta kegiatan lain yang terkait atau menunjang kegiatan usaha di bidang energi, yaitu minyak dan gas bumi, energi baru dan terbarukan tersebut serta pengembangan optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan.(www. Pertamina.com)

Sebagai perusahaan kelas dunia PT Pertamina (Persero) hampir di seluruh wilayah Indonesia, salah satu nya yang terletak di Sumatera Selatan yakni *Marketing Operation Region II* di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 1247, 14 Ulu, Sebrang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30252. Pertamina *Marketing Operation Region* II membawahi kegiatan oprasional Pertamina di seluruh area Sumatera Bagian Selatan, yaitu Sumatera Selatan, Lampung, Jambi, Bengkulu dan Bangka Belitung.

Untuk menunjang kegiatan korporasi dalam bidang pemasaran BBM di Suatu wilayah PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* memiliki fungsi tugas sebagai ujung tombak pemasaran produk perusahaan dan menjaga agar pasokan BBM tetap terjaga. PT Pertamina juga memiliki tata nilai dan budaya dalam berkegiatan, berkomunikasi, dan berkorporasi. Pertamina memiliki tata nilai sebagai komitmen perusahaan untuk mewujudkan visi dan misinya berdasarkan standar global dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Nilai-nilai yang diterapkan oleh perusahaan PT Pertamina disebut dengan 6C, terdiri dari *Clean, Competitive, Confident, Customer Focus, Commercial dan Capable*, dan nilai-nilai ini wajib diketahui dan menjadi pedoman

bagi seluruh karyawan dalam beraktivitas. Pertamina menetapkan enam tata nilai perusahaan yang dapat menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Penerapan tata nilai 6C didasarkan pada Surat Keputusan Direktur Utama PT Pertamina (Persero) No.Kpts-022/ COOOOO/2013-S0 Tentang Penerapan Tata Nilai 6C 01 Pertamina dan Anak Perusahaan (*Operational Holding*). (www.Pertamina.com)

Peneliti memilih objek penelitian tersebut karena dalam pengamatan peneliti terdapat adanya permasalahan mengenai efektivitas komunikasi interpersonal pada karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Berikut ini merupakan alasan yang melatarbelakangi penelitian efektivitas Komunikasi *interpersonal* karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel.

1.1.1 Sering terjadi miskomunikasi di antara para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel.

Miskomunikasi merupakan gagalnya terjadi komunikasi atau terjadi kesalahan dalam berkomunikasi sehingga pesan yang disampaikan tidak terkirim. Miskomunikasi dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang berjalan kurang atau tidak baik yang dapat menyebabkan informasi yang akan disampaikan tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelaku komunikasi. (mranugrahdwicahyo.wordpress.com) Miskomunikasi ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor tertentu seperti adanya kesalahpahaman antara pengirim dan penerima. Kemudian adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan dalam menafsirkan pesan yang dikirim dan pesan yang diterima.

Dalam proses komunikasi interpersonal akan melibatkan individu, individu yang terlibat dalam komunikasi umumnya memiliki perbedaan dalam segi pengetahuan, pengalaman dan juga bahasa. Dalam komunikasi interpersonal miskomunikasi bisa berakibat fatal, misalnya dengan terjadinya miskomunikasi

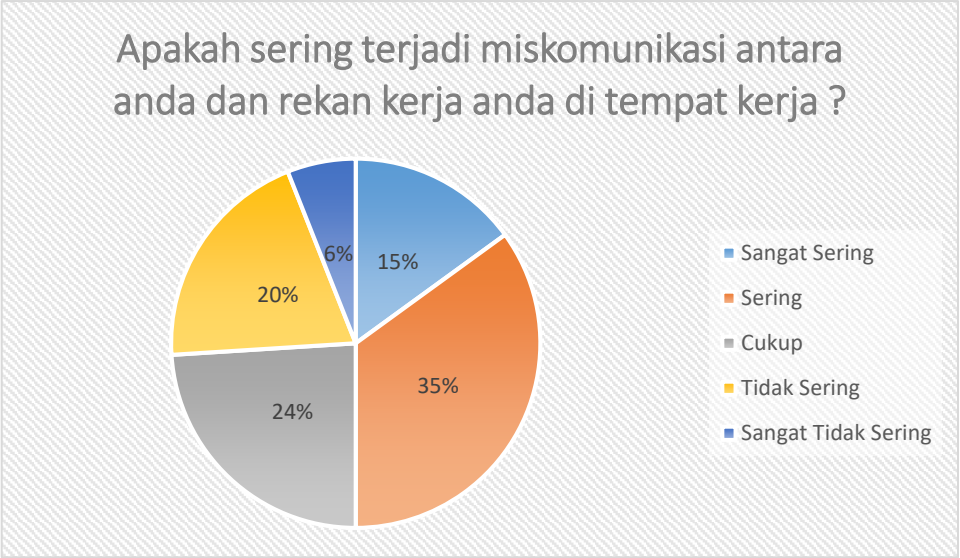
dapat meyebabkan terjadinya permusuhan karena saling berbeda persepsi dan terjadi konflik interpersonal.

Peneliti melakukan pra penelitian secara umum untuk mengetahui bagaimana fenomena komunikasi interpersonal di PT Pertamina (Persero) Sumbagsel *Marketing Operation Region II*. Peneliti mengajukan dua pertanyaan kepada karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* sejumlah 65 orang karyawan sebagai sampel yang disesuaikan dengan sampel penelitian yang akan dilakukan. Pra penelitian ini dilakukan secara random sampling sehingga peneliti mengambil data secara acak terhadap karyawan atau responden yang dapat peneliti temui. Peneliti menggunakan media google form untuk mempermudah pengambilan data, kemudian data tersebut peneliti olah dan peneliti tampilkan dalam diagram.

Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung dan secara tidak langsung (menggunakan google form). Peneliti mengajukan pertanyaan pertama yakni sebagai berikut " Apakah sering terjadi miskomunikasi antara anda dan rekan kerja anda di tempat kerja?". Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kedua yakni " dari lima hal dibawah ini mana yang perlu ditingkatkan ditempat kerja anda ?" Pertanyaan kedua peneliti buat berdasarkan indikator teori yang akan peneliti gunakan sebagai teori dalam penelitian. Berikut adalah hasil dari survei pra penelitian tersebut.

Gambar 1.1

Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan media Google form dengan pertanyaan "apakah sering terjadi miskomunikasi antara anda dan rekan kerja anda di tempat kerja ?"



Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian (13 Februari – 22 februari 2019)

Berdasarkan data pra penelitian survei terhadap 65 orang karyawan, dengan pertanyaan "apakah sering terjadi miskomunikasi antara anda dan rekan kerja anda di tempat kerja ?" di dapati hasil sebagai berikut. Sebanyak 15% atau 10 orang menjawab sangat sering. Kemudian sebanyak 35% atau 23 orang mejawab sering. Kemudian sebayak 24% atau 15 orang menjawab cukup. Kemudian sebanyak 20% atau 13 orang menjawab tidak sering. Terakhir sebayak 6% atau 4 orang menjawab sangat tidak sering. Jadi berdasarkan survei yang telah dilakukan mayoritas jawaban karyawan adalah sering. Sehingga disimpulkan bahwa miskomunikasi sering terjadi pada karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Untuk menunjang data survei tersebut peneliti melakukan observasi secara langsung untuk mengetahui lebih jauh bagaimana miskomunikasi terjadi pada karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel.

Survei ini peneliti lakukan agar mendapat data yang lebih kredibel untuk menunjang alasan peneliti mengambil dan memilih topik efektivitas komunikasi interpersonal. Oleh karena itu peneliti melakukan pra penelitian selama beberapa minggu di PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Berikut data tabel berupa gambaran fenomena miskomunikasi yang terjadi pada karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Peneliti melakukan observasi di salah satu fungsi (divisi) yakni fungsi *Communication and CSR*. Fungsi ini memiliki populasi karywan sebanyak 35 orang dan hampir terbanyak diantara fungsi yang lain.

Tabel 1.1

Daftar kejadian / fenomena miskomunikasi oleh karyawan pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel, pada fungsi *COMM* & CSR

No	Tanggal	Jam / waktu	Gambaran kejadian
1	Senin, 11 februari 2019	09.30	Terjadi miskomuikasi antara *junior officer* dengan staf admin ketika *junior officer* memerintahkan untuk memfotocopy namun staf admin menscan file tersebut.
		14.05	Terjadi miskomunikasi antara karywan yakni *junior officer* memerintahkan bawahannya untuk meliput acara, namun karena ada dua acara bawahan tersebut salah meliput tempat acara, padahal sudah di infokan sejak hari jumat.
2	Selasa, 12 februari 2019	10.35	Terjadi miskomunikasi ketika ada pembagian pakaian untuk setiap karyawan, ketika medapat pakaian

			salah satu *office boy* menukar pakaian yang ia dapat dengan karyawan lain tanpa sepengetahuan karyawan tersebut, ketika karyawan tersebut tahu ia memanggil *office boy* tersebut kemudian menanyai apa alasan nya menukar baju tersebut, *office boy* menjelaskan bahwa baju yang ia dapat tidak seukuran denngan badannya, namun karyawan tersebut marah dan tidak terima baju milik nya ditukar.
3	Rabu, 13 februari 2019	08.17	Terjadi miskomunikasi saat staf admin tidak mengetik rundown acara dan hanya mengetik blanko berita acara pada hari ini, padahal hari selasa sudah diingatkan oleh *junior officer* untuk mengetik dua hal tersebut.
		16.00	Terjadi miskomunikasi ketika ada acara internal perusahaan, karyawan lupa membawa *doorprize* yang sudah disiapkan dan hanya membawa pamflet, padahal pada pukul 11.05 *section head* sudah mengingatkan dan berkomunikasi kepada *junior officer* untuk membawanya.

4	Kamis, 14 februari 2019	11.25	Terjadi miskomunikasi antara *section head* dengan *junior officer*, *section head* memeritahkan *junior officer* untuk membawa pelakat keruangan *general manager*, karena tidak mengkonfirmasi kembali, *junior officer* membawa dua plakat, padahal *section head* hanya ingin satu yang dibawa keruangan GM.
5	Senin, 18 februari 2019	08.50	Staf admin tidak saling menegur dengan *office boy* terlihat dengan memalingkan muka
		10.35	Tidak ada upaya karyawan lain mendamaikan *office boy* dengan staf admin
6	Rabu, 20 februari 2019	09.56	Karyawan menegur karyawan lain dengan nada tinggi/marah karena ia sering lalai dengan pekerjaan yang ia lakukan, namun hanya dianggap bercanda oleh karyawan yang ditegur
7	Kamis, 21 februari 2019	10.10	Ada karywan divisi lain datang di divisi humas mengajak ngobrol salah satu karyawan divisi humas, padahal saat itu jam sibuk dan karyawan tersebut sempat menegurnya.

Sumber : diolah oleh peneliti berdasarkan pengalaman dan observasi

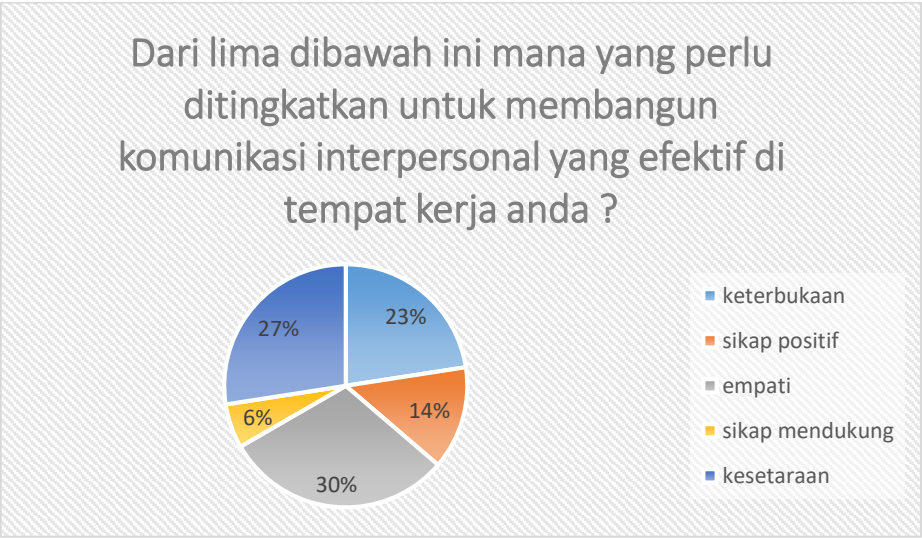
Berdasarkan hasil observasi peneliti selama, hampir setiap hari terdapat fenomena miskomunikasi, setidaknya dalam satu hari terdapat satu fenomena miskomunikasi yang terjadi dilakukan oleh karyawan PT Pertamina *Marketing Operation Region II* (Persero) Sumbagsel.

1.1.2 Terdapat indikator dari efektivitas komunikasi interpersonal yang masih harus ditingkatkan diantara komunikasi interpersonal para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel

Dalam dunia kerja atau di dalam sebuah organisasi komunikasi merupakan tiang atau pondasi untuk membangun sebuah hubungan personal atau kerja sama yang baik. Komunikasi juga dapat meningkatkan keharmonisan kerja dalam perkantoran.(Suranto, 2007:100) Namun tidak selamanya kondisi komunikasi interpersonal dalam sebuah dunia kerja atau organisasi selalu baik dan selalu efektif akan ada juga komunikasi interpersonal yang kurang baik dan kurang efektif. Berikut ini peneliti melakukan survei untuk mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dalam komunikasi interpersonal di PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel dengan menggunakan indikator efektivitas komunikasi interpersonal Joseph Devito.

Gambar 1.2

Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan media Google form dengan pertanyaan " Dari lima dibawah ini mana yang perlu ditingkatkan untuk membangun komunikasi interpersonal yang efektif di tempat kerja anda ?"



Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian 13 Februari – 22 februari 2019

Berdasarkan diagram penelitian yang dilakukan terhadap 65 karyawan tersebut, dari kelima pilihan yakni keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung, kesetaraan masing – masing dari para karyawan memilih semua indikator tersebut, artinya masing – masing dari indikator tersebut perlu ditingkatkan guna menunjang komunikasi interpersonal yang efektif pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Dari kelima indikator empati yang paling banyak dipilih untuk ditingkatkan, yakni empati sebanyak 31% atau 20 orang kemudian ada kesetaraan sebanyak 28% atau sebanyak 18 orang, kemudian ada keterbukaan sebesar 22% atau 14 orang, kemudian sikap positif 14% atau 9 orang, sikap mendukung 6%, atau 4 orang,.

1.1.3 Terdapat Hambatan – Hambatan dalam Berkomunikasi Interpersonal antara para PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel.

Dalam melakukan komunikasi umumnya ada pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Namun adakalanya informasi atau pesan yang ingin disampaikan tadi tidak tersampaikan, berkurang, ataupun tidak

tersampaikan sama sekali sehingga hal tersebut membuat tujuan dari dilakukannya komunikasi tersebut tidak tercapai atau gagal. Meskipun begitu proses komunikasi tetap berlangsung walaupun tidak secara sempurna. Kegagalan dalam berkomunikasi bisa disebabkan karena adanya hambatan – hambatan yang mengganggu jalannya proses komunikasi, hambatan tersebut bisa muncul melalui komunikator itu sendiri, pesan maupun komunikan sebagai penerima pesan ataupun hambatan lainnya.

Komunikasi interpersonal bisa sangat efektif apabila hambatan – hambatan mampu diminimalisir. Dalam pengamatan pra penelitian penulis menemukan hambatan – hambatan yang terdapat pada komunikasi interpersonal para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel pada fungsi *Communication and Relation*. Hambatan – hambatan dalam komunikasi interpersonal antar para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel pada fungsi *Communication and Relation* tersebut peneliti sampaikan pada tabel berikut.

Tabel 1.2

Hambatan – Hambatan dalam Berkomunikasi Interpersonal antara para karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel pada fungsi *Communication and Relation*

No	Hambatan Komunikasi	Aspek yang menghambat	Keterangan
1	Hambatan Semantik (Penggunaan kata / bahasa yang berbeda makna)	• Bahasa yang digunakan • Arti perkataan	Bahasa yang digunakan oleh karyawan tidak seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia, masih ada karyawan yang menggunakan bahasa daerah yang terkadang

			tidak dimengerti oleh rekan kerjanya. Penggunaan kata ejaan berasal dari daerah tertentu bisa tidak dimengerti oleh karyawan lain
2	Hambatan dalam proses penyampaian	Pesan sulit dipahami (*decoding barrier)*	Terdapat karyawan yang tidak memahami pesan yang disampaikan karena belum mengerti bahasa yang disampaikan yakni penggunaan bahasa inggris
3	Hambatan Sosial	Jabatan	Adanya jabatan di tempat kerja membuat para karyawan canggung untuk berkomunikasi interpersonal terutama karyawan terhadap atasan maupun atasan terhadap bawahan sehingga komunikasi tidak terbuka.
		Kesetaraan	Adanya kedudukan dan jenjang hierarki menjadi hambatan dalam berkomunikasi interpersonal karena mengakibatkan komunikasi interpersonal berlangsung secara tidak

			seimbang dan didominasi oleh satu pihak

Sumber : diolah peneliti melalui pengamatan, pengalaman dan wawancara pra penelitian

Berdasarkan tabel hasil observasi dijelaskan bahwa terdapat tiga hambatan para karyawan dalam berkomunikasi yang pertama hambatan semantik, yakni dari segi bahasa yang digunakan karyawan, yang kedua hambatan dalam proses penyampaian pesan, dan yang ketiga hambatan sosial, adanya kedudukan hierarki dan jabatan membuat karyawan canggung untuk berkomunikasi dan komunikasi di dominasi oleh atasan.

Tiga permasalahan diatas merupakan pendorong bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam mengenai efektivitas komunikasi interpersonal karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel. Oleh karena itu peneliti menggunakan tiga permasalahan tersebut sebagai dasar alasan penelitian yang kemudian di aplikasikan kedalam judul skripsi "**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT. PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION II* SUMBAGSEL.**"

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Sumbagsel ?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini nantinya akan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang komunikasi *interpersonal* dan peran serta kontribusi dan pengaruhnya terhadap karyawan perusahaan. selain itu dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi khususnya kajian komunikasi *interpersonal* dan aspek penerapannya dalam kehidupan sehari – hari.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan bagi perusahaan sekaligus bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal serta peran dan kontribusinya pada karyawan. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memenuhi kebutuhan khalayak terutama mahasiswa ilmu komunikasi mengenai informasi tentang komunikasi *interpersonal*.

DAFTAR PUSTAKA

A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Cetakan Ke Tujuh PT. Remaja Rosdakarya : Bandung

A Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia edisi 5 Alih Bahas*a : Ir Agus maulana, M.S.M. Jakarta : Karisma Publishing Grup

_____. 2007. *The Interpersonal Education Book*. Edisi ke 11. Pearson Educations

_____. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group

Ahmadi Abu, 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta : Rineka Cipta

Al – Quran Surah (Ar – Rahman : 1 – 4)

Alan, E.K. (1994). *Behavior modification in applied setting*. Califomia : Wadsworth. Inc

Alex S. Nitisemito, 1992. Manajemen dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPFE UGM

Alper, J.C., dan Holmes, L.B., 1983, *The Incidence and Significance of Birthmark in a Cohort of 4641 Newborns*, Pediatr Dermatol, 1 : 58-68

Andik, Purwasito. 2003. *Komunikasi Multikutural.* Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta

Arifin, Yanuar. 2011. *100% bisa Selalu Berpikir Positif.* Jogjakarta:DIVA Press

Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi aksara

A W Suranto. 2007. *Komunikasi Efektif Untuk Mendukung Kinerja Perkantoran.* UNY.Yogyakarta

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

Azwar, S. 2000. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Jogjakarta : Pustaka Pelajar Jogja Offset.

Barker et al. 2002. *Research Methods In Clinical Psychology*. John Wiley & Sons Ltd. England

Berger. Charles R Et. al. 2014 *Handbook Ilmu komuniksasi*. Bandung. Penerbit Nusa Media

Bungin, M . Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana

Cangara, Hafied. *2002*. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada.

Chaplin,p.J. 1999. *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta.: Raja Grafindo Persada.

Cofer, C.N. & Appley, M.H. 1964. *Motivation: Theory and Research*. New Delhi: Wiley Eastern Limited.

Daft L, Richard. 2003. *Manajemen*. Jakarta : Erlangga.

Daryanto. Muljo Raharjo. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Gava Media.

Effendy, Onong Uchjana. 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung :Reamaja Rosdakarya.

_____. 2001. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

_____. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Gudykunts, William B. 2003. *Cross-Cultural and Intercurtural Communication.* Thousand Oaks : Sage

Hafsah, M. J. 1999. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Departemen Pertanian. Jakarta.

Haidir, Abdullah. 2005. *Nasihat dari hati ke hati.* Riyadh

Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrarpersonal dan komunikasi Interpersonal*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi Strategi dan Kompetensi*. Jakarta : Kompas

Hasibuan, Malayu S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Haji Masagung

Idrus, M. 2009. *Metode penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama

Keraf, Gorys. 2001. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Kusmiati dan Desminiarti. 1990. *Dasar-Dasar Perilaku*. Edisi I. Jakarta : Pusdiknakes.

Liliweri, Alo. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya.* Yogyakarta: LkiS.

_____. 2013. *Dasar – dasar Komunikasi Antar Budaya.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mangkunegara. 2002. *Sumber Daya Manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mar'at, 1982. *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung. PT Remaja Rosda Karya

Moekijat. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Pionir Jaya

Narimawati, Umi. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Agung Media

_____. 2010. *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Genesis

Nashori Fuaad. 2008. *Psikologi Sosial Islami*. Jakarta : PT Refika Aditama

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.

Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. 2012. Komunikasi & Public Relation. Bandung: CV. Pustaka Setia

Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Intrans Publishing

Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta : Remaja Rosdakarya,

Richard, West. Lynn H Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Edisi Revisi, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.

_____. 2014. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta :Rajawali Pers

Safaria. 2005. *Interpersonal Intelligence: Metode Pengembangan Kecerdasan Interpersonal Anak*. Yogyakarta : Amara Books.

Sedarmayanti. 2001. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta :Mandar Maju

_____. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja*. Jakarta : Mandar Maju

Siagian, Sondang, P. 1995. *Filsafat Administrasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Slamet, Y.,1993. *Analisis Kuantitatif Untuk Data Sosial*. Solo : Dabara Publisher

Suciati. 2015. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta:Mata Padi Persindo

Sudarwan, Danim,. 2011. *Psikologi Pendidikan: Dalam Perspektif Baru*.Bandung: Alfabeta

Soemanto,W. 1998. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soerjono Soekanto. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafmdo Persada.

_____2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafmdo Persada.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Cet.24. Bandung: Alfabeta.

Soyomukti Nuraini. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : A Ruzz Media

Tajfel, H., & Turner, J. C. 2004. *The Sosial Identity Theory of Intergroup Behavior*

Taufik. 2012. *Empati: pendekatan psikologi sosial*. Jakarta: Raja Grafindo.

Tampubolon , Manahan P. 2008. *Perilaku keorganisasian.* Edisi Ke 2. Bogor : Ghalia Indonesia

Wursanto I.G .2003. *Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta : Andi Offset

Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru : penerbit pusat pengembangan pendidikan Uiversitas Riau

Sumber Skripsi dan Jurnal :

A Rafatun Nisa. 2016. *Pujian di Kalangan Remaja Daalam Bahasa Indonesia: Kajian Bentuk, Refren, Pola, dan Skema Pikiranya*. Universitas Gajah Mada

Apollo, & Cahyadi, A. (2012). *Konflik Peran Ganda Perempuan Menikah yang Bekerja Ditinjau dari Dukungan Sosial Keluarga dan Penyesuaian Diri*.Jurnal Widya Warta, 02, 255-271

Aden Pahalana Kusuma Bardani. 2015. *Efektivitas komunikasi antar pribadi fasilitator terhadap pelaksanaan program gerakan pembangunan kecamatan rakyat Banten Bersatu*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang

Andi Rawe Angkari Kahar.2014. *Efektivitas Komuniksi Interpersonal Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT.Telkom Indonesia (Tbk) Sulawesi Selatan* .Universitas Hassanudin. Makasar http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/11179/BAB%20I%20teori.pdf?sequence=1 Diakses pada 6 agustus 2019 pukul 13.50 WIB

Billeter, C.B. 2002. *An Exploration of Eight Dimensions of Self-Disclosure with Relationship Satisfaction*. Thesis. Virginia : Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State Universit

Diamond,A., Churchland, A, Cruess, L & Kirkham. N Z. 1999. *Early development in the ability to understand the relation between stimulus and reward*. Journal of development psychology, 35 (6), 1507-1517

Isnawati, Dian & Suhariadi Rendi. 2013. *Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Penyesuaian Diri Masa Persiapan Pensiun pada Karyawan PT Pupuk Kaltim*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi. Vol. 1, Februari 2013, Hal. 1-6. Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810263_ringkasan.pdf Diakses pada 9 september 2019

Puspita Tutiasri, Ririn. 2016. *Komunikasi dalam Komunikasi Kelompok*. Vol. 4, No. 1, April 2016, hal. 81-90. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. ISSN: 23389176

http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/download/4208/2315diakses pada 4 oktober 2019 pukul 19.59

Romas, Muslimah Zahro. 2006. *Pengaruh Pujian Terhadap Prestasi Belajar Matematika Pada Siswa Kelas 4 Sekolah Dasar*. Vol.2, 2006, Jurnal Psikologi-ISSN: 1858-3970. Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta

Yuwono dan Khajar, Ibnu. 2005. Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Pegawai Kejaksaan Tinggi D.I. Yogyakarta. Jurnal Review Bisnis Indonesia Vol. 1. No. 1. Diunduh tgl 22 Agustus 2019.

Sumber Internet :

http://cdc.eng.ui.ac.id/index.php/menu-artikel/931-pentingnya-rasa-percaya-diri-dalam-dunia-kerja.html diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 20.22

https://id.wikipedia.org/wiki/Meta_komunikasi diakses pada 26 Oktober 2018 Pukul 16.02

https://id.wikipedia.org/wiki/Empati diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 23.20

http://indosdm.com/kamus-kompetensi-fleksibilitas-flexibility diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 08.54

http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20307942-T31022-Analisa%20kompetensi.pdf. diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 08.54

http://www2.jawapos.com/baca/opinidetail/15088/Metakomunikasi-Eksekutif-Legislatif diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 16.42

https://www.kompasiana.com/djuhdie/550edea7a33311b92dba84d8/konsep-metakomunikasi diakses pada 26 Oktober 2018. Pukul 16.42

https://www. pertamina.com diakses pada 5 oktober 2018. Pukul 03.12 wib

ttps://www.pertamina.com/id/sejarah-pertamina. Diakses pada 05 oktober 2018. Pukul 14.49 wib

https://mranugrahdwicahyo.wordpress.com/2011/10/12/definisi-miskomunikasi/ diakses pada 12 februari 2019 pukul 21.00

http://etd.repository.ugm.ac.id/downloadfile/99829/potongan/S1-2016-339448-chapter1.pdf diakses pada 02 september 2019 pukul 03.26

http://jurnal.psikologiup45.com/wp-content/uploads/2016/01/PENGARUH-PUJIAN-TERHADAP-PRESTASI-BELAJAR.pdf diakses pada 02 september 2019 pukul 03.38

http://etheses.uin-malang.ac.id/2213/6/08410022_Bab_2.pdf diakses pada 02 september 2019 pukul 14.38