

**PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN
ASPEK PROFESIONAL**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Tim Gerai PT. Aseli Dagadu Djokdja)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

MUFLIHATUL MAULIDIYYAH

10730092

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Muflihatul Maulidiyyah
Nomor Induk : 10730092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapat gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 19 Januari 2015

Yang Menyatakan,



Muflihatul Maulidiyyah

NIM. 10730092



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
UIN.02/KP 073/ PP. 09/021/2014

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Muflihatul Maulidiyyah**
Nim : 10730092
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI
DALAM MEMBANGUN ASPEK PROFESIONAL
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Tim Gerai PT. Aseli Dagadu Djokja)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 Januari 2015
Pembimbing

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP : 19600323 199103 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. Marada Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Normor : UIN.02/DSH/PP.00.9/0192a/2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : **PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN ASPEK PROFESIONAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tim Gerai PT. Aseli Dagadu Djokdja)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muflihatul Maulidiyyah
NIM : 10730092

Telah dimunaqosyahkan pada : Kamis, tanggal: 29 Januari 2015
dengan nilai : 87 (A/B)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 190103 1 002

Penguji I

Drs. H. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP.,MA
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 10 Februari 2015
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEK A N



Prof. Dr. H. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010

MOTTO

“La Tahzan, Innallaha Ma’anna”

Don’t be sad, Allah is with us [9:40]

- 1. Sanggup Memelihara Kepribadian**
- 2. Sanggup Patuh pada Kejujuran**
- 3. Sanggup Mempertinggi Prestasi**
- 4. Sanggup Menjaga Sopan Santun**
- 5. Sanggup Menguasai Diri**

- SUMPAH KARATE –

TO LIVE LIFE TO ITS FULLEST AND BE SUCCESSFUL, MAKE

OTHER PEOPLE HAPPY AND LIVE WITH NO REGRET

-Muflihatul Maulidiyyah-

DEDICATION

This undergraduate thesis, I dedicated to:

The Department of Communication Studies,
Faculty of Social and Humanity,
Islamic State University, Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Place full of experience, knowledge, friendship and
togetherness.

Not to forget , my beloved Ibuk, my wonderwoman,

You're my everything.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Raja semesta alam yang telah menganugerahkan kenikmatan tak terhingga. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, dari beliau kita semua belajar tentang kearifan hidup di dunia sebagai makhluk dan *abd-Nya*.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian tentang “Pendekatan Komunikasi Organisasi dalam Membangun Aspek Profesional (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tim Gerai PT. Aseli Dagadu Djokdja)”. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun menghaturkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah berpartisipasi dan selalu memberikan dorongan baik yang bersifat moril maupun materiil. Penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Dudung Abdurrahman, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M. Si. Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M. Si, selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan saran-saran dan pendapat serta sumbangan pemikiran yang sangat membantu penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah menjadi dosen mata kuliah selama mengenyam bangku kuliah dan membolehkan saya sering menghabiskan makanan di prodi. Serta Mba Ninda yang selalu murah senyum.
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Pak Arif, Babe Fafa, Mas Anton, Mbak Novi, Pak Hadi serta Segenap manajemen PT. ADD yang telah bersedia diwawancara di sela-sela ngopi dan bercanda.

7. Ibunda Siti Ruwaidah yang sabar and you're my everything, mom. Siapalah aku tanpamu. Pastinya aku tidak bisa kuliah jika tanpa restumu.
8. Almarhum ayahanda Suwandi Abdullah yang memberikan semua kenangan indah di waktu kecil. Al-Fatihah.
9. Adik-adikku, Muhammad Mursyid Muttaqin, Muhammad Muizzul Muttaqin, Muflihatul Mahfudhoh, nakalnya kalian bikin gemes.
10. Bapak Muharom dan Dek Una , penambah warna di keluarga.
11. Sahabatku, Senpaiku, yang selalu perhatian, sabar dan mengingatkan tiap hari tentang Skripsi, tentang masa depan bersama. Ecie.
12. Teman-teman kos Annisa; Mba Anin, Mba Bella, Dila, Lula, Indi, Ani, Rahma, Fita, Mba Rara, Intan terima kasih yang selalu menemani saat-saat di kosan.
13. Seluruh mahasiswa Ilum Komunikasi 2010, See You On Top, Guys.
14. Tibyan, Iwan, Ujang, Ryan, Kholiq, terimakasih telah bersedia jadi pembahasku disaat kecepit, serta pejuang maret lainnya.
15. UKM KARATE INKAI , ShiroGanbatte, Badar, Rinda, Rozi, Rahma, Atin, Puput, Inun, Farhan, sahabat berpetualangku. Yuk mbolang lagi.
16. Keluargaku Garda Depan 47une PT. ADD serta Superteam yang tak pernah kehabisan bahan obrolan yang gak bermutu.
17. Semua yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin penyusun sebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapatkan limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 19 Januari 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Telaah Pustaka	11
F. Landasan Teori	14
G. Jenis Penelitian	31
BAB II OBYEK PENELITIAN	38
A. Sejarah Perusahaan	38
B. Visi dan Misi	40

C. Brand Detail	41
D. Gerai Resmi	46
E. Rekrutmen Tenaga Kerja	48
F. Struktur Organisasi	51
BAB III ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Pendekatan Makro	55
B. Pendekatan Mikro	61
C. Pendekatan Individu	70
D. Pendekatan Ilmiah	74
E. Pendekatan Hubungan Antar Manusia.....	75
F. Pendekatan Sistem.....	77
G. Pendekatan Kultural	78
BAB IV PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran-Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Logo Dagadu Djokdja.....	42
Gambar 2.2 : Logo Hiruk Pikuk	43
Gambar 2.3 : Logo Omus	44
Gambar 2.4 : Logo Daya Gagas Dunia	45
Gambar 3. 1 : Logo Perusahaan Lain.....	59
Gambar 3.2 : <i>Screenshot</i>.....	64
Gambar 3.3 : <i>Screenshot</i>.....	70
Gambar 3.4 : <i>Screenshot</i>.....	70
Gambar 3.5 : Evaluasi Kantor	72
Gambar 3.6 : <i>Briefing</i> Buka	73

ABSTRACT

Nowadays, the development of business were increasing and this make the entrepreneur can't sit back easily without thinking how to make their business stay by getting more profit everyday. They did lots of effort in doing many strategy and they have to stay creative to keep from bankrupt. One of the strategy comes from the internal and it makes an identity for the company. To make a company stand strong, the internal of the company should also stand strong. Good communication inside the organization was needed to make it strong, so that there wouldn't happend mistakes or miscommunication.

Dagadu Djokdja under the management of PT. Aseli Dagadu Djokdja was ono of the eldest merchandise compny that was in Yogyakarta. This company make merchanside for people that came to Yogyakarta and need to buy some gift brought back from a trip for their family or friends. This company takes student from university that was in Yogyakarta to be their workers. They were the ones that meet many customer everday. They need to improve their communication skills and profesionality for their further carrer later on. The method of the reasearch is using descriptive qualitative and data were get by interviewing, observing and also documentation.

The results by using approachment in communication organization that happened inside the team of gardep, cashier and supervisor was to learn to be professional in terms of being a worker later. Every four months, there would be replacement of the gardep team so that the organization culture stay the same every periode. This three different team need to work together everyday so that they get their aim in working. The approachment used were macro, micro, individual, scientific, relationship among people, system and also culture.

Keywords : Communication, Organization, Professional

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat dilepaskan dari dunia komunikasi, mulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali. Sebelum berangkat sekolah atau kerja, berbagai kegiatan komunikasi mereka lakukan. Kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat menggunakan berbagai media komunikasi yang ada, baik media komunikasi nonelektronik/ konvensional maupun media komunikasi elektronik. Media komunikasi nonelektronik antara lain adalah penggunaan bahasa lisan, bahasa isyarat/bahasa tubuh, dan aneka media komunikasi yang menggunakan kertas. Sedangkan media komunikasi elektronik antara lain adalah media audio-visual (televisi), Internet, *smartphone* dan telepon.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Organisasi adalah sekelompok masyarakat yang saling bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan komunikasi adalah perekat yang memungkinkan kelompok masyarakat tersebut secara bersama-sama melakukan fungsinya dengan baik. Dalam kehidupan berorganisasi komunikasi tidak lepas dalam hubungan antar karyawan. Komunikasi yang sering terjadi dalam organisasi yaitu komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Dengan

adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu juga sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi dalam organisasi bisa terjadi masalah atau berantakan.

Perusahaan merupakan salah satu bentuk organisasi. Perusahaan adalah suatu bentuk organisasi atau lebih tepatnya suatu organisasi produksi yang meliputi berbagai fungsi yang dikoordinasikan untuk memproduksi sebagian barang dan jasa tertentu dan tujuan ekonominya tergantung pada perbandingan kekuasaan dalam organisasi tersebut. (Reksohadiprodjo, 1986:6)

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang akan dicapainya, untuk mencapai tujuan tersebut, terlebih diperlukan adanya strategi. Tujuan tersebut dirangkum dalam sebuah visi dan misi serta budaya organisasi yang efektif, sehingga pencapaiannya sesuai rencana. Budaya organisasi dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang terlebih dahulu mengusung budaya tersebut. Hal ini menandakan bahwa kunci utama memahami budaya organisasi adalah interaksi, dan kunci utama untuk memahami interaksi adalah tindakan komunikasi yang dikonstruksi bersama-sama antara pegawai dan jajaran manajer. Itu artinya, proses pembelajaran atau penanaman budaya organisasi dilakukan melalui komunikasi. Proses ini lebih kita kenal sebagai proses sosialisasi (Engkus Kuswarno dkk, 2011:311).

Para ahli belum mempunyai persepsi yang sama mengenai konsep dasar komunikasi organisasi. Down dan Larimer mengemukakan 21 bidang yang diajarkan dalam mata kuliah komunikasi organisasi yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, teori organisasi, komunikasi horizontal, pembuatan keputusan, komunikasi kelompok kecil, kepemimpinan, teknik penelitian, motivasi, perubahan dan inovasi, pengelolaan konflik, pengembangan organisasi, teori manajemen, latihan konsultasi, mendengar, kepuasan kerja, berbicara di muka umum, menulis dan latihan yang sensitif. (Muhammad, 2009:67)

Di era bisnis sekarang dimana banyak sekali persaingan pada bidang barang dan jasa, bahkan persaingan pada penjualan produk kaos dan hal-hal tentang Yogyakarta, PT. Aseli Dagadu Djokdja (selanjutnya PT. ADD) yang telah mendapat beberapa penghargaan (awards) yang sudah diraih di tahun 2009-2010 yaitu Indonesia's Top Local Brand yang merupakan penghargaan terhadap perusahaan yang memiliki produk yang unggul oleh Majalah Swa, The Best In Social Marketing dan tetap The Best in Experiential Marketing pada tahun 2009 dan 2010 yang merupakan penghargaan atas perusahaan yang dinilai konsisten dalam menjalankan marketing dengan berlandaskan kearifan lokal, kekayaan sosial budaya kepada para pelanggannya melalui hajatan tahunan Dagadu oleh Majalah Marketing, Pinasthika Award tahun 2012 yang merupakan penganugerahan Silver Medal kepada Dagadu Djokdja untuk kategori

Graphic Design untuk cover CD-VCD-DVD. Penghargaan tersebut merupakan penghargaan yang diterima Dagadu Djokdja berkaitan dengan produk-produk Dagadu Djokdja yang memiliki kualitas dan mutu yang baik serta produk dengan desain yang berkualitas. Selain itu, Dagadu dipercaya sebagai perusahaan dengan marketing yang baik sehingga mencapai loyalitas para pelanggannya. Beberapa penghargaan yang telah didapatkan oleh Dagadu Djokdja akan memberikan citra yang baik dan positif di mata khalayak sehingga Dagadu Djokdja akan terus berupaya menjadi perusahaan yang memiliki identitas yang baik di mata khalayak. Dari penghargaan yang telah didapat tidak hanya berkaitan pada produk, tetapi juga dipengaruhi oleh komunikasi dari tim gerai dalam menginformasikan mengenai produk kepada konsumen yang berkunjung.

PT. ADD menjadi pembeda dan sebagai pelopor, yaitu dengan mengambil dan membuka lowongan bagi mahasiswa di Yogyakarta yang notabene sebagai kota pelajar, untuk menjadi garda depan, kasir dan *supervisor*. Para mahasiswa dianggap mempunyai pemikiran-pemikiran dan ide-ide cemerlang yang mampu membantu mengembangkan perusahaan.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pendekatan komunikasi organisasi pada tim gerai PT. ADD dalam membangun aspek profesional. Peneliti memilih PT. ADD dikarenakan perusahaan cinderamata khas Yogyakarta ini telah ada sejak tahun 1994, dan telah mempunyai 4 gerai resmi di Yogyakarta.

PT. ADD merupakan suatu perusahaan atau industri yang bergerak pada bidang kreatif. PT. ADD memposisikan diri sebagai produsen produk cinderamata alternatif dari Yogyakarta dengan mengusung tema “*Everything about Djokdja*”. Dalam kegiatan pemasarannya, PT. ADD didukung sejumlah orang untuk melaksanakan proses layanan konsumen. Di gerai-gerai Dagadu Djokdja mempunyai tim sendiri yang mempunyai *jobdesk* yang berbeda. Peneliti telah melakukan pra penelitian dan mewawancarai salah satu *Supervisor* yaitu Dudun Saputra, beliau menyatakan bahwa tim tersebut terdiri dari :

a. Supervisor

Mempunyai tanggungjawab penuh terhadap gerai dan permasalahan yang terjadi di gerai, seperti komplain konsumen, memantau stok produk, mengawasi pelayanan kasir dan garda depan serta menerima tamu kunjungan atau rombongan yang tiba-tiba datang.

b. Kasir

Bertanggungjawab penuh terhadap arus sirkulasi keuangan serta penjualan, mampu menerima komplain konsumen ketika *Supervisor* tidak ditempat.

c. Garda Depan (Gardep)

Gardep berbeda dengan penjaga toko atau *sales promotion* pada umumnya, karena tidak hanya menjual tetapi lebih mengutamakan

aspek pelayanan, pemberian informasi baik itu mengenai produk maupun mengenai Yogyakarta. Selain itu Gardep berperan sebagai *entertainer* untuk menghidupkan suasana gerai yang riang-gembira khas Dagadu Djokdja. Kegiatan gardep tidak hanya mengedepankan penjualan, tapi mereka dituntut untuk mampu bersikap profesional dan mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen.

Ketiga posisi ini yang setiap harinya bertemu langsung dengan konsumen-konsumen yang beragam. Mereka juga dituntut untuk mampu melakukan kegiatan *up-selling* dan *cross-selling*, hal ini adalah untuk memenuhi target penjualan. Mereka jugalah yang melaksanakan kegiatan layanan konsumen(lakon) secara langsung. Ketiga posisi tersebut hanya bisa diduduki jika masih menyandang dan berstatus mahasiswa. Sehingga pada akhirnya mereka menjadi representatif dari citra perusahaan yang "*Smart, Smile and Djokdja*". Artinya bahwa segala sesuatu yang diproduksi atau digambarkan oleh Dagadu Djokdja menciptakan suatu produk yang dinilai pintar dalam setiap desain produknya, dapat memberikan hiburan bagi pelanggan dan memvisualisasikan mengenai kota Yogyakarta.

PT. ADD membuka peluang setiap 4 (empat) bulan kepada mahasiswa-mahasiswi yang sedang menempuh studi di Yogyakarta, dengan klasifikasi minimal semester III (tiga) dan maksimal semester VIII (delapan) untuk menempati posisi Garda Depan atau yang biasa disebut "Gardep".

Selama kontrak delapan bulan menjadi gardep dan satu tahun menjadi *supervisor* dan kasir mereka dibekali dengan pelatihan-pelatihan yang mampu memperbaiki kinerja mereka ketika sedang berada di gerai. Adapun pelatihan-pelatihan tersebut seperti pelatihan *make over* agar tetap terlihat segar ketika melayani konsumen, pelatihan komunikasi pemasaran dikarenakan tidak semua tim gerai berlatar belakang jurusan komunikasi, tetapi dari berbagai jurusan sehingga pelatihan tersebut diharap agar nantinya gardep dapat berkomunikasi secara baik kepada konsumen dan meminimalisir kesalahpahaman dalam berinteraksi. Ketika mendekati musim lebaran, libur sekolah dan akhir tahun, masa-masa ini termasuk dalam “*peak season*” yaitu banyaknya pengunjung yang ke Dagadu Djokdja, diadakan pelatihan yang disebut pelatihan “*peak*”, tim gerai dibekali dengan pemahaman mengenai jenis-jenis konsumen dan cara pelayanan cepat dan maksimal ala Dagadu Djokdja.

Menurut pengamatan yang dilakukan penulis, ketika gerai dalam kondisi sepi, gardep, kasir dan *supervisor* diperkenankan untuk bercanda dan bergurau bersama, tetapi ketika ada konsumen yang datang, mereka harus sigap melakukan *greeting*, dengan mengatakan “Dagadu, Selamat Hari.....(sesuai dengan hari tersebut) , Silahkan” dan langsung menempati posisi masing-masing untuk melaksanakan pelayanan konsumen. Ketika telah menggunakan atribut atau seragam kerja, tim gerai ini diharap mampu bekerja secara profesional.

Atmosfir kerja paruh waktu di Dagadu Djokdja yang disesuaikan dengan atmosfir kerja secara sebenarnya. Dimana terdapat *reward* (penghargaan) bagi gardep yang mempunyai kinerja baik dan membanggakan. Begitu juga terdapat *punishment* (hukuman) bagi mereka yang melanggar tata tertib dan aturan disiplin lainnya. Dari sini para mahasiswa mempunyai pengalaman kerja yang mampu menjadi nilai lebih ketika telah lulus dari perguruan tinggi.

Setelah menempa pengalaman menjadi gardep, para alumni gardep diperkenankan untuk mencoba pengalaman kerja paruh waktu lainnya yang tersedia di lingkup PT. ADD, yaitu menjadi kasir atau *supervisor*. Kedua posisi tersebut mensyaratkan hanya alumni gardep yang diperbolehkan mengisi dan tidak terbuka untuk umum. Hal tersebut dikarenakan menjadi kasir dan *supervisor* juga harus mampu melakukan *jobdesk* dari gardep, seperti pelayanan konsumen.

Pada masa Nabi Muhammad SAW, terdapat organisasi atau perkumpulan, seperti yang diterangkan dalam ayat Al-Qur'an di surat As Shof ayat 4 sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ
بُنْيَانٌ مَرْصُومٌ

Artinya : “Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti bangunan yang tersusun kokoh.” (Q.S. As Shof, 16 :4)

Dalam kandungan surat As Shof menjelaskan tentang orang-orang yang berperang dengan barisan yang teratur, dimana pada zaman sekarang diibaratkan adalah mereka yang berada atau bekerja dalam sebuah organisasi dan berkompetisi dengan perusahaan lain, agar kualitas produk dan pelayanan mampu menjadi pembeda dengan kompetitor. Organisasi tersebut mempunyai tatanan aturan yang telah diatur seperti peraturan, tata tertib dan struktur. Seperti bangunan yang kokoh adalah organisasi yang seluruh komponen didalamnya saling menguatkan dan menopang satu dengan yang lain agar solid.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah terurai diatas, timbul permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai fokus utama penelitian ini sebagai berikut: **“Bagaimana Pendekatan Komunikasi Organisasi PT. Aseli Dagadu Djokdja dalam Membangun Aspek Profesional?”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan komunikasi organisasi PT. ADD dalam membangun aspek profesional.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti diharap dapat berkontribusi dalam :

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin Ilmu Komunikasi pada pengembangan studi Komunikasi Organisasi.

b. Manfaat Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pemantik pemikiran bagi calon pengusaha maupun para pengusaha dalam membangun perusahaan.

b. Bagi mahasiswa, hasil dari penelitian diharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbandingan antara teori mata kuliah komunikasi organisasi dengan prakteknya di lapangan. Serta menjadikan mahasiswa tertarik untuk bergabung menjadi anggota tim gerai.

E. Telaah Pustaka

Peneliti telah mencoba melakukan observasi dan pengamatan dari berbagai literatur hasil penelitian terdahulu yang setema agar mampu mendukung penelitian ini. Dengan demikian peneliti dapat mengetahui bagian dan hal-hal apa saja yang sudah pernah diteliti sehingga tidak terjadi pengulangan.

Telaah pustaka yang pertama berjudul “**Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng Steak dan Shake dalam Membangun *Spiritual Company***” sebuah skripsi yang disusun oleh mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora pada tahun 2014. Penelitian ini berfokus pada pendekatan komunikasi organisasi untuk membentuk *spiritual company*. Hal tersebut tidak didapat secara instan, melainkan melalui berbagai tahapan proses pendekatan komunikasi menggunakan pendekatan mikro, pendekatan makro dan pendekatan individual.

Persamaan dengan penelitian Dani Safitri terletak pada kesamaan penggunaan teori, yaitu pendekatan komunikasi organisasi. Persamaan yang lain juga pada metode penelitian, yaitu deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu, membangun *spiritual company*. Perbedaan selanjutnya yaitu pada tempat penelitian, Dani Safitri melakukan penelitian di Waroeng *Steak and Shake*, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT. ADD.

Hasil dari penelitian Dani Safitri telah menemukan bahwa Waroeng *Steak and Shake* telah menerapkan pendekatan komunikasi organisasi dalam membentuk apa yang disebut dengan *Spiritual Company*. Pembentukan *spiritual company* tentu tidak bisa didapat secara instant, tetapi melalui pendekatan komunikasi makro, mikro dan individual.

Telaah pustaka yang kedua yaitu penelitian dari Harjanti Widyastuti, mahasiswi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret. Skripsi tersebut berjudul, **“Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan di Hotel Inna Garuda Yogyakarta”** pada tahun 2010. Penelitian Harjanti berfokus pada peran komunikasi organisasi yang berdampak pada semangat kerja karyawan secara keseluruhan.

Persamaan penelitian ini terletak pada komunikasi organisasi serta proses komunikasi yang terjadi didalam lingkup perusahaan tersebut. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian peran komunikasi organisasi dan bukan pendekatan komunikasi organisasi. Perbedaan yang lain juga terdapat pada metode penelitian, yaitu *explanasi*, penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi di Hotel Inna Garuda Yogyakarta berperan cukup besar terhadap semangat kerja karyawan. Hal ini ditunjukkan baiknya informasi yang diberikan

oleh atasan kepada bawahan, baiknya informasi yang diberikan oleh bawahan kepada atasan serta baiknya pertukaran informasi diantara karyawan akan mempengaruhi baiknya kedisiplinan pegawai dalam melakukan pekerjaannya, meningkatkan antusiasme terhadap pekerjaan dan baiknya hubungan diantara karyawan serta mempengaruhi tingginya sikap loyalitas karyawan. Baik loyalitas karyawan dengan karyawan maupun loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Telaah pustaka yang berikutnya diambil dari Imam Aryansah mahasiswa program studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Skripsi tersebut berjudul, **“Iklim Organisasi dan Kualitas Kehidupan Kerja Karyawan PT. ADD.”**

Menurut penelitian Imam Aryansah, pada PT. ADD terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara iklim organisasi dengan kualitas kehidupan kerja pada karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif tingkat iklim organisasi semakin tinggi kontribusi kualitas kehidupan kerja yang diberikan karyawan pada perusahaan. Sebaliknya semakin negatif tingkat iklim organisasi maka kualitas kehidupan kerja karyawan pada perusahaan semakin rendah pula.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi dapat diartikan sebagai bidang yang sangat penting dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi. Jadi dengan demikian, komunikasi dalam organisasi selain ikut andil membangun iklim organisasi juga ikut membangun budaya organisasi.

Komunikasi organisasi diklasifikasikan menjadi dua, yakni definisi fungsional dan definisi interpretatif. Definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Sedangkan definisi interpretatif komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Jadi, perspektif interpretatif menekankan peranan “orang-orang” dan “proses” dalam menciptakan makna.(Masmuh, 2008:5). Ada beberapa persepsi mengenai komunikasi organisasi,

Persepsi pertama dicetuskan oleh *Redding* dan *Sanborn* mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks yang termasuk didalamnya adalah komunikasi internal, hubungan manusia,

komunikasi *downward* yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* yaitu komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi *horizontal* atau komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Persepsi yang kedua dikemukakan oleh, Prof. Deddy Mulyana (2001) mengatakan bahwa lingkup kajian komunikasi adalah sebagai berikut: Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar-pribadi dan ada kalanya komunikasi publik. Komunikasi formal mengacu pada komunikasi menurut struktur organisasi, yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar rekan sejawat, juga termasuk gosip. (Masmuh , 2008 : 6).

Komunikasi memungkinkan orang untuk mengkoordinir kegiatan mereka untuk mencaapai tujuan bersama, tetapi komunikasi itu tidak hanya menyampaikan informasi atau mentransfer makna saja, tetapi orang atau individu membentuk makna dan mengembangkan harapan mengenai apa yang sedang terjadi di sekitar mereka dan antara satu sama lain melalui pertukaran simbol. Komunikasi merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dari sistem itu, tanpa

komunikasi tidak akan ada aktivitas yang terorganisasi. Adapun lima penggolongan komunikasi dalam organisasi yang biasa dipakai, yaitu :

a. Komunikasi Lisan dan Tertulis

Adapun jenis pesan yang disampaikan bisa berupa lisan dan tertulis, karena sebagian besar interaksi manusia terjadi dalam bentuk ini. Banyak orang lebih menyukai komunikasi lisan karena dapat menimbulkan situasi keakraban dan lebih minim kesalahpahaman dibandingkan komunikasi tertulis.

b. Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Arti dari kata diperjelas melalui tinggi rendahnya nada suara, perubahan nada suara, keras tidaknya suara, dan kapan komunikator berbicara. Perasaan seseorang juga dapat dinyatakan melalui berbagai isyarat-isyarat atau signal-signal non-verbal dalam percakapan tatap-muka langsung, perasaan, keadaan jiwa, atau suasana hati seseorang dinyatakan melalui gerakan isyarat (*gesture*), ekspresi wajah, kontak pandangan mata. Secara keseluruhan sering disebut sebagai bahasa badan (*body language*) yang menyatakan sikap dan perasaan seseorang.

c. Komunikasi Ke Bawah, Ke Atas, Ke Samping

Penggolongan ini berdasarkan pada arah aliran pesan-pesan dan informasi dalam suatu organisasi.

1. Komunikasi Ke Bawah

Aliran informasi dalam komunikasi ke bawah mengalir dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah, manajemen yang lebih rendah dan akhirnya sampai pada karyawan operasional. Komunikasi ke bawah pada umumnya sangat cocok digunakan jika manajemen hanya ingin menyampaikan informasi faktual dan non-kontroversial (tidak menjadi pokok pertentangan), dan tujuannya hanya semata-mata memberikan informasi, bukan membujuk (persuasif). Komunikasi ke bawah mempunyai fungsi pengarahan, perintah, indoktrinasi, inspirasi, dan evaluasi.

2. Komunikasi Ke Atas

Aliran komunikasi ke atas dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke yang lebih tinggi biasanya mengalir di sepanjang rantai komando. Fungsi utamanya adalah untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan, keputusan dan

pelaksanaan pekerjaan karyawan pada tingkat yang lebih rendah.

3. Komunikasi ke samping

Biasanya terjadi pada pihak yang berada dalam tingkatan wewenang yang sama atau antara orang atau pihak pada tingkatan yang berbeda yang tidak mempunyai wewenang langsung terhadap pihak lainnya (komunikasi diagonal). Komunikasi ke samping terjadi secara teratur di antara karyawan yang bekerja bersama dalam suatu tim, di antara para karyawan yang berbeda departemen atau bagian yang secara fungsional terpisah.

d. Komunikasi Formal dan Informal

Komunikasi dalam organisasi juga digolongkan menjadi komunikasi formal dan informal. Dasar penggolongan ini adalah gaya, tatakrma dan pola aliran informasi dalam perusahaan. Komunikasi organisasi formal merupakan proses komunikasi yang mengikuti jalur hubungan formal yang tergambar dalam susunan atau struktur organisasi. Adapun komunikasi organisasi informal adalah proses komunikasi dimana arus informasinya sesuai dengan kehendak dan kepentingan masing-masing pribadi yang ada dalam organisasi tersebut. (Masmuh, 2008:14)

e. Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Kedua jenis komunikasi ini berbeda dalam hal ada tidaknya kesempatan bagi komunikan untuk memberi reaksi atau tanggapan terhadap pesan-pesan atau informasi yang dikirim komunikator. Komunikasi satu arah ini lebih menekankan pada penyampaian pesan. Contohnya adalah perintah atau instruksi lisan. Komunikasi satu arah mempunyai keuntungan dan kerugian, pengirim pesan merasa senang dan puas dikarenakan tidak adanya kesempatan bagi komunikan untuk mempertanyakan informasi yang disampaikan sehingga dapat menutupi kelalaian atau kesalahan yang mungkin terjadi. Bagi komunikan atau penerima pesan, jenis komunikasi ini sangat tidak memuaskan karena tidak adanya kesempatan untuk memperoleh kejelasan atas pesan yang dikirimkan.

2. Pendekatan Komunikasi Organisasi

Untuk melihat komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi menurut Masmuh dapat digunakan beberapa pendekatan yaitu pendekatan makro, pendekatan mikro, pendekatan individual, pendekatan ilmiah, pendekatan hubungan antarmanusia, pendekatan sistem dan pendekatan kultural. (Masmuh, 2010; 35)

a. Pendekatan Makro

Dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai suatu struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam berinteraksi ini organisasi melakukan aktivitas tertentu seperti memproses informasi dari lingkungan, mengadakan identifikasi, melakukan integrasi dan menentukan tujuan organisasi.

1. Memproses Informasi dan Lingkungan

Menyesuaikan apa yang terjadi pada lingkungan dengan jalan mentransfer informasi yang relevan sehingga dapat menyatu dengan keadaan organisasi, kemudian merumuskan suatu respon yang tepat terhadap input dari informasi tersebut.

Informasi ini kemudian digunakan untuk melakukan identifikasi dan penentuan tujuan organisasi.

2. Identifikasi

Suatu organisasi menggunakan informasi yang telah diproses dari lingkungan untuk mencapai beberapa macam negosiasi, persetujuan dengan relasi-relasi potensial. Sebagai contoh, di Dagadu Djokdja terkadang mengadakan program promo diskon atau kenang-kenangan ketika berbelanja, sehingga agar garda depan yang nantinya bertemu secara

langsung dengan konsumen, dan promo diskon diinformasikan keseluruh garda depan agar mereka dapat menginformasikan kepada konsumen. Dalam hal ini komunikasi memegang peranan penting, tanpa dikomunikasikan kepada konsumen tentang adanya promo, konsumen tentu tidak mengetahui adanya promo atau mendapat pemahaman yang salah mengenai promo yang ada.

3. Integrasi dengan Organisasi Lain

Tidak ada organisasi yang bergerak dengan sendirinya, setiap organisasi dipengaruhi aktivitas dari organisasi lainnya. Organisasi harus memonitor aktivitas dari organisasi lain, menentukan apa pengaruh aktivitas-aktivitas tersebut. Jika saingan organisasi menghasilkan cara yang sama tetapi dengan kualitas yang lebih baik dan lebih murah maka hal itu akan membawa kesulitan bagi organisasinya. Terkadang interaksi dengan saingan terlalu bersifat institusional seperti dalam organisasi perdagangan.

4. Penentuan Tujuan

Dari semua kegiatan organisasi secara makro yang memerlukan komunikasi yang sangat penting adalah menentukan tujuan organisasi. Untuk menentukan tujuan, organisasi harus mengembangkan informasi kekuatan internal

dan eksternal organisasi. Kekuatan eksternal organisasi mencakup sikap langganan dan tingkah laku dari saingan. Pada beberapa organisasi biasanya pemimpin tingkat tinggi banyak melakukan perumusan tujuan organisasinya sehingga bawahannya hanya tinggal menjalankan kebijaksanaan yang telah ditetapkan. Dalam beberapa organisasi, orang-orang dalam organisasi tersebut ikut terlibat merumuskan tujuan organisasi.

b. Pendekatan Mikro

Pendekatan ini memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan subunit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antar anggota kelompok, komunikasi untuk pemberian orientasi dan latihan, komunikasi untuk melibatkan anggota kelompok dalam melaksanakan tugas kelompok, komunikasi untuk menjaga iklim organisasi, komunikasi untuk mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam organisasi. Didalam organisasi biasanya terdapat bermacam-macam kelompok sosial. Masing-masing mempunyai tujuannya masing-masing. Agar masing-masing kelompok ini dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi, pimpinan organisasi memberikan informasi mengenai tujuan organisasi dan penjelasan kaitannya dengan tujuan masing-masing kelompok sehingga

anggota kelompok merasakan bahwa tujuan tersebut adalah tujuan bersama.

1. Orientasi dan Latihan

Perlu diadakannya orientasi dan latihan untuk melatih orang-orang dalam organisasi agar dapat melakukan pekerjaan tertentu sesuai target yang diharapkan. Untuk melakukan aktivitas ini diperlukan komunikasi, sebagai contoh untuk menjelaskan bagaimana suatu pekerjaan seharusnya disampaikan dengan berkomunikasi. Berkomunikasi bisa menggunakan lisan, ataupun melalui buku-buku petunjuk.

Orientasi adalah sebuah proses yang terus-menerus menghendaki komunikasi untuk membawa orang lain melihat apa yang sedang berlangsung dalam suatu organisasi.

2. Keterlibatan Anggota

Sangat diperlukan keterlibatan anggota dalam unitnya masing-masing untuk menjaga kelancaran tugas organisasi. sebab apabila salah satu unit kerja macet akan mempengaruhi keseluruhan tugas organisasi. Pimpinan organisasi harus mampu mendorong dan memotivasi

anggotanya agar mau bekerja. Terkadang pemimpin organisasi perlu menggunakan cara yang lemah lembut ataupun perlakuan keras tergantung pada tipe kepribadian anggotanya karena setiap orang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda.

3. Penentu Iklim Organisasi

Iklim organisasi ditentukan oleh berbagai faktor diantaranya tingkah laku pimpinan, tingkah laku teman sekerja, dan tingkah laku organisasi. Pada umumnya iklim organisasi ditentukan oleh tingkah laku komunikasi dari pimpinan kepada kelompoknya.

4. Supervisi dan Pengarahan

Tugas-tugas dalam organisasi perlu diawasi dan dikontrol serta diarahkan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Tugas ini dilakukan oleh beberapa pemimpin organisasi terhadap orang-orang dibawahnya.

5. Kepuasan Kerja

Apabila orang tidak merasa senang dengan pekerjaannya biasanya mereka mengatakan tidak puas dengan pekerjaannya. Ada dua hal yang menyebabkan orang tidak puas dengan pekerjaannya. Hal pertama dikarenakan ia

tidak mendapat informasi yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan. Kedua apabila terjadi hubungan yang kurang baik antar sesama teman kerja.

c. Pendekatan Individual

Pendekatan individual berpusat kepada tingkah laku komunikasi individual dalam organisasi. Semua tugas yang telah diuraikan pada dua pendekatan sebelumnya akhirnya diselesaikan dengan pendekatan individual satu sama lain.

1. Berbicara pada Kelompok Kerja

Kerja kelompok adalah pusat efektifnya kerja organisasi. Tiap orang harus mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan orang lain agar mendapatkan dan memberikan informasi bila diperlukan dalam melakukan tugas kelompok.

2. Menghadiri dan Berinteraksi Dalam Rapat-rapat

Rapat adalah satu cara kehidupan organisasi yang umum. Oleh karena itu seorang anggota organisasi harus terampil dalam interaksi rapat-rapat yang mencakup ketrampilan memberikan informasi bila diperlukan atau untuk membujuk anggota lain untuk menerima usulan dan mengarahkan rapat bila dibutuhkan.

3. Menulis

Dalam organisasi banyak memerlukan materi cetak dan tertulis. Materi ini diantaranya didistribusikan dalam organisasi dan untuk luar organisasi. Tiap lembaran dari materi tersebut dilakukan oleh anggota organisasi yang biasa disebut tata usaha.

4. Berdebat untuk Suatu Usulan

Di dalam organisasi keputusan penting dibuat dalam rapat kecil dimana orang saling berdebat satu sama lain sebelum memilih tindakan tertentu. Orang dalam organisasi harus membuat suatu usulan atau program baru mengenai aktivitas yang akan dilakukan. Agar usulan ini berhasil atau dapat diterima orang perlu keterampilan berkomunikasi meyakinkan dan membujuk orang lain untuk menerima usulan atau programnya.

d. Pendekatan Ilmiah

Pendekatan ilmiah menganggap bahwa organisasi harus menggunakan metode-metode ilmiah untuk meningkatkan produktivitas. Dalam hal ini produktivitas menyangkut masalah fisik dan psikologis. Produktivitas dipandang dalam bentuk

permintaan fisik akan pekerjaan dan kemampuan psikologis para pekerjanya.

e. Pendekatan Hubungan Antarmanusia

Pendekatan ini berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif faktor-faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Salah satu asumsi prinsip dari pendekatan hubungan antar manusia adalah bahwa kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktivitas.

f. Pendekatan Sistem

Pendekatan ini memandang organisasi sebagai suatu sistem dimana semua bagian berinteraksi dan setiap bagian mempengaruhi bagian lainnya. Dalam pendekatan ini, komunikasi membuat sistem tersebut vital dan tetap hidup. Jika suatu sistem harus bertahan, maka semua bagian-bagiannya harus dikoordinasikan dan semua kegiatannya harus disinkronkan, komunikasi menjadi penting.

g. Pendekatan Kultural

Pandangan kultural melihat organisasi dan para pekerjanya memiliki seperangkat nilai-nilai dan tujuan yang sama. Itulah sebabnya para pekerja berkontribusi untuk pertumbuhan dan

kemakmuran organisasi. Moral dan produktifitas pekerja oleh karenanya berkaitan erat antara satu sama lain.

Dalam pandangan kultural, komunikasi tidak hanya sekedar pesan yang dikirim dari satu anggota ke anggota lain melalui satu atau lebih saluran (Devito, 1997:340)

3. Profesional

Sebelum mengukur profesionalisme, harus dipahami terlebih dahulu bahwa profesionalisme diperoleh melalui suatu proses. Proses tersebut dikenal dengan istilah “proses profesional”. Proses sistematis untuk mengembangkan profesi ke arah status profesional. Untuk mengukur sebuah profesionalisme, tentunya perlu diketahui terlebih dahulu standar profesional. Secara teoritis menurut Gilley dan Egglan (1989), standar profesional dapat diketahui dengan empat perspektif, yaitu :

a. Pendekatan Berorientasi Filosofis

Ada tiga hal pokok yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat profesionalisme:

- **Lambang Profesional**

Lambang profesional yang dimaksud antara lain seperti sertifikat, lisensi dan akreditasi.

- Sikap Individu

Sikap individu melihat bahwa layanan individu pemegang profesi diakui oleh umum dan bermanfaat bagi pengguna sekitarnya.

- Elektik

Dalam proses profesional dianggap sebagai kesatuan dari kemampuan, hasil kesepakatan dan standar tertentu.

b. Pendekatan Perkembangan Bertahap

Orientasi perkembangan menekankan pada enam langkah dalam proses berikut:

- Berkumpunya individu-individu yang memiliki minat yang sama terhadap suatu profesi.
- Melakukan identifikasi dan adopsi terhadap ilmu pengetahuan tertentu untuk mendukung profesi yang dijalannya.
- Setelah individu berkumpul, selanjutnya para praktisi akan terorganisasi secara formal pada suatu lembaga yang diakui oleh pemerintah dan masyarakat sebagai sebuah organisasi profesi.
- Membuat kesepakatan mengenai persyaratan profesi berdasarkan pada pengalaman dan kualifikasi tertentu.

- Menentukan kode etik profesi yang menjadi aturan main dalam menjalankan sebuah profesi yang bersangkutan.
- Revisi persyaratan berdasarkan kualifikasi tertentu seperti syarat akademis dan pengalaman di lapangan.

c. Pendekatan Berorientasi Karakteristik

Ada delapan karakteristik pengembangan proses profesional yang saling terkait, yaitu :

- Kode etik profesi yang merupakan aturan main dalam melakukan sebuah profesi.
- Pengetahuan terorganisir yang mendukung pelaksanaan sebuah profesi.
- Keahlian dan kompetensi yang bersifat khusus.
- Tingkat pendidikan minimal dari sebuah profesi.
- Sertifikat keahlian yang harus dimiliki sebagai salah satu lambang profesional.
- Proses tertentu sebelum memangku profesi untuk bisa memikul tugas dan tanggungjawab dengan baik.
- Adanya kesempatan untuk menyebarkan dan bertukar ide di antara anggota.

- Adanya tindakan disiplin dan batasan tertentu jika terjadi kesalahan dan pelanggaran kode etik profesi.

d. Pendekatan Berorientasi Non-Tradisional

Menyatakan bahwa seseorang dalam bidang ilmu tertentu diharapkan mampu melihat dan merumuskan karakteristik yang unik dan kebutuhan sebuah profesi.

Dengan pendekatan-pendekatan yang dibahas diatas, dapat disimpulkan bahwa mengukur profesionalisme bukanlah hal yang mudah karena profesionalisme tersebut ke arah status profesional yang diharapkan.

G. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi deskriptif yang termasuk metode penelitian kualitatif (*Qualitative Reasearch*). Studi deskriptif merupakan pemaparan suatu situasi atau peristiwa (Ruslan, 2006: 71-72). Metode deskriptif kualitatif tersebut dilakukan dengan mendasarkan diri pada data yang dihimpun dan disusun secara sistematis, faktual dan cermat. Metode deskriptif tidak menjelaskan hubungan dengan variabel, tidak menguji hipotesis atau melalui prediksi (Rakhmat, 2008: 24).

1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pihak PT.ADD. Peneliti mewawancarai beberapa informan yang dirasa mampu memberikan informasi yang terkait dengan penelitian ini, yaitu : HRM-GA (*Human*

Resources Manager-General Affairs), *Marketing Manager*, *Supervisor Gerai*, *Kasir*, *Garda Depan* dan *Pagardepan*.

Sedangkan objek penelitian ini adalah pendekatan komunikasi organisasi yang terjadi di PT.ADD dalam membangun aspek profesional.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber informan pertama, yaitu individu atau perseorangan. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan tim gerai PT.ADD serta pihak yang terkait. Data primer berupa wawancara, observasi langsung dan alat-alat lain. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan melalui wawancara secara mendalam terhadap objek yang diteliti menggunakan *interview guide* (panduan wawancara) yang selanjutnya dilakukan pencatatan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung informasi primer yang diperoleh baik dari dokumen, maupun dari observasi secara langsung ke lapangan (Widodo, 2004:48). Melalui data sekunder, peneliti mendapat solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Selain itu, adanya data sekunder, dapat memberikan alternatif-alternatif metode riset data primer. Data sekunder dapat memberikan informasi latar belakang yang diperlukan dan membangun kreatifitas bagi laporan riset.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung proses komunikasi organisasi, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan yang dilakukan dalam internal tim gerai PT. ADD.

b. Wawancara

Pengumpulan data melalui tanya jawab dengan narasumber atau responden untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan penelitian. Data yang diperoleh diharapkan merupakan sebuah data yang lebih mendalam mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Teknik wawancara di dalam pelaksanaanya menggunakan *interview guide*, sehingga diharapkan data yang akan dicari lebih mendalam dan sesuai dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

Kegiatan wawancara sebagai teknik pengumpulan data, dilakukan dengan melakukan wawancara kepada manajemen serta tim gerai PT. ADD yakni *Storehead, Supervisor*, kasir dan garda depan untuk mengetahui bagaimana sudut pandang mereka mengenai komunikasi yang telah terjadi dalam lingkup organisasi PT. ADD. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada Pagardepan yaitu alumni garda depan yang sekarang telah banyak bekerja di perusahaan ataupun yang telah mempunyai usaha sendiri.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data yang diambil dari berbagai informasi tertulis yang relevan dengan topik dari penelitian yang dilakukan, seperti surat, agenda, dokumen-dokumen administratif dan artikel.

Di dalam penelitian ini, data-data yang ditemukan dipilah menjadi tiga kategori, yaitu; data primer (data-data perusahaan), data sekunder (data pribadi sebagai peneliti) dan data tersier (data-data penunjang).

4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut *Bogdan & Biklen* (dalam Moleong, 2010: 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan

apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan induktif umum (Moleong, 2010:296)

- a. Peneliti membaca transkrip untuk menemukan tema-tema dan kategori-kategori. Proses-proses ini digunakan untuk mengembangkan kategori-kategori, kemudian dikonseptualisasikan ke dalam tema-tema yang luas sesudah diskusi. Tema-tema itu dikategorikan kedalam tiga tahap: dampak awal, konflik, dan resolusi.
- b. Tema yang muncul dikembangkan melalui membaca transkrip-transkrip berulang-ulang dan mempertimbangkan kemungkinan makna dan bagaimana hal itu sesuai dengan tema-tema yang dikembangkan. Sehingga pada akhir penelitian jika tidak ada tema-tema baru yang muncul, yang menyarankan seluruh tema umum telah teridentifikasi.
- c. Kerangka koding awal secara sederhana didasarkan pada topik-topik yang didiskusikan dalam wawancara. Misalnya kajian satuan dikode atas dasar apakah hal itu mendiskusikan satu atau lebih topik. Beberapa dari topik diperoleh dari wawancara.
- d. Pembacaan yang teliti dan sistematis dan koding transkrip-transkrip memungkinkan adanya tema-tema umum yang muncul. Segmen-segmen wawancara yang ada dalam teks dikode yang memungkinkan analisa segmen-segmen wawancara pada suatu tema tertentu.

Berdasarkan pada analisa yang telah disampaikan diatas, data yang disajikan dalam bentuk analisis deskriptif adalah hasil dari proses penelitian lapangan yang peneliti lakukan. Penyajian data menggunakan metode tersebut adalah bentuk metode analisis deskriptif kualitatif.

5. Teknik Keabsahan Data

Peneliti dalam pemeriksaan keabsahan data akan menggunakan triangulasi sumber agar penelitian ini valid. Menurut Patton dalam bukunya Moleong (2010:330) triangulasi sumber adalah teknik untuk membandingkan dan mengecek balik drajat kepercayaan suatu informasi yang didapat melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Peneliti dalam melakukan Pembandingan atau mengecek penelitian ini melalui alur (Moleong, 2010:331)

- a. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan hasil yang wawancara.
- b. Membandingkan perkataan orang di depan umum dengan perkataanya secara pribadi.
- c. Membandingkan perkataan orang-orang mengenai situasi penelitian dengan perkataannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan sudut pandang seseorang dilihat dari latar belakang pendidikan, status ekonomi, dan status di masyarakat.

- e. Perbandingan antara hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis pada BAB III, mengenai proses komunikasi di tim gerai PT. Aseli Dagadu Djokdja (selanjutnya PT. ADD), dapat ditarik kesimpulan bahwa pendekatan komunikasi organisasi dalam membangun aspek profesional telah diterapkan di tim gerai. Walaupun begitu, aspek profesional di lingkup gerai masih dalam proses belajar, karena keseluruhan karyawan di gerai adalah mahasiswa. Setelah mendapat pengalaman dari menjadi gardep, kasir dan *supervisor*, diharapkan ketika nanti mereka telah bekerja secara sesungguhnya, mereka mampu menerapkan pelajaran yang telah didapatkan.

Pendekatan komunikasi organisasi makro di gerai Dagadu Djokdja, dilakukan melalui beberapa proses, yaitu memproses informasi dari lingkungannya, kedua adalah mengidentifikasi, proses identifikasi didapat melalui proses yang pertama. Proses selanjutnya adalah intergrasi dengan organisasi lain dan terakhir adalah menentukan tujuan. Keempat proses ini adalah sebagai awal untuk membangun aspek profesional yang nantinya akan dilakukan di lingkup gerai.

Kemudian pendekatan komunikasi organisasi mikro dilakukan antara lain, orientasi dan latihan untuk mendukung kinerja ketika di gerai.

Keemudian keterlibatan anggota dalam gerai, yaitu pembagian kelompok kerja, gardep, kasir dan *supervisor*. Tiap kelompok kerja ini tidak dapat hanya bekerja sendiri, namun harus saling membutuhkan bantuan dari anggota kelompok lainnya. Dalam hal ini yang diutamakan adalah *teamwork*. Kemudian penentuan iklim organisasi, di gerai iklim yang terjadi adalah iklim kekeluargaan antara gardep, namun beberapa kali masih dijumpai pemisah antara gardep ke kasir dan *supervisor*. Namun begitu, setiap anggota menerapkan budaya empat kata sakti, yaitu permisi, tolong, maaf dan terima kasih. Yang terakhir adalah pengarahan dan supervisi untuk mencapai kepuasan kerja sekaligus mengaplikasikan aspek profesional di gerai. Pengarahan di gerai adalah hal wajib bagi *supervisor* tiap buka gerai dan tutup gerai. Pengarahan dengan lingkup dengan seluruh komponen PT. ADD juga diadakan tiap sebulan sekali.

Pada pendekatan individual di tim gerai PT. ADD, berbicara pada kelompok kerja untuk menjaga nilai organisasi dan budaya organisasi. Berbicara tentang hal-hal tentang gerai, seperti tukar-menukar shift kemudian meminta izin. Selanjutnya menghadiri dan berinteraksi dalam rapat, setiap anggota kelompok kerja diperbolehkan memberikan saran atau kritik mengenai kegeraian pada saat evaluasi kantor yang diadakan sebulan sekali. Ketika sedang nmeengikuti rapat atau yang biasa disebut evaluasi kantor ini, para anggota kelompok diperbolehkan berdebat untuk suatu usulan.

Pendekatan ilmiah beranggapan bahwa organisasi harus menggunakan metode yang berhubungan dengan fisik dan psikologis untuk meningkatkan produktivitas. Kemudian pada pendekatan hubungan antar manusia, sebagai pemimpin gerai, *supervisor* diharap mampu membantu menyelesaikan permasalahan pada anggotanya. Pendekatan sistem bertujuan agar komunikasi dalam organisasi tersebut harus tetap vital dan hidup. Pendekatan kultural di PT. ADD yang menjadikan mahasiswa sebagai karyawan paruh waktu tidak bisa dirubah, hal tersebut agar mengembangkan potensi generasi muda agar lebih kompetitif dan kreatif.

Dari kesemua pendekatan komunikasi organisasi, menurut peneliti, pada aspek pendekatan mikro adalah yang aspek dari internal organisasi sendiri, dimana hal ini menjadikan penting seperti pada Al-Qur'an Surat As-Shof ayat 4 yang menjelaskan tentang orang-orang yang berperang di barisan yang teratur seperti bangunan yang kokoh. Dalam berperang membutuhkan strategi dan amunisi yang mampu melawan musuh, strategi yang dimiliki oleh tim gerai PT. ADD adalah memberikan keceriaan dalam setiap pelayanan, bercanda bersama konsumen sehingga terasa lebih akrab.

B. Saran

Nilai-nilai pada PT. Aseli Dagadu Djokdja yang mengedepankan nilai-nilai *smart, smile, Djokdja* dan menjadikan mahasiswa sebagai

karyawan yang setiap harinya berinteraksi dengan konsumen. Beberapa fasilitas penunjang mengalami kerusakan sehingga hal tersebut berimbas pada kinerja tim gerai. Namun kurangnya respon secara cepat dari manajemen yang menangani permasalahan tersebut sering menjadi kendala di tim gerai. Diharapkan bagi manajemen agar mampu membantu kinerja tim gerai dengan tindakan cepat memperbaiki fasilitas yang ada.

Pada beberapa observasi terkait tim gerai secara internal, masih ditemukan beberapa kekurangan dalam lingkup organisasi gerai. Hal tersebut adalah adanya pemisah tidak langsung antara kasir dan *supervisor* kepada gardep. Adanya strata secara tidak langsung antara tiga kelompok kerja yang berada di gerai. Mungkin dengan sering berinteraksi di luar gerai dapat membantu proses kedekatan yang lebih intim antar gardep, kasir dan *supervisor*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qu'ran:

Al-Qu'ran dan Terjemahannya. 2006. Kudus: Menara Kudus

Buku :

Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia* : Kuliah Dasar. Edisi Kelima. Penerjemah. Agus Maulana. Jakarta : Professional Books

Jurusan Ilmu Komunikasi. 2012. *Buku Panduan Skripsi*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Kasmir, 2006. *Etika Customer Service*. Jakarta : Raja Grafindo

Kunandar. 2007. *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa

Kuswarno, Engkus, dkk. 2011. *Komunikasi Kontekstual*. Bandung : Remaja Rosda

Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang : UMM Press

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

Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosda

Moleong, Lexy. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : Erlangga

Riyanto, Waryani Fajar, 2010. *Komunikasi Islam, Komunikasi Dakwah Profetik*.

Yogyakarta : Mahameru Press

Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi*. Jakarta : Kencana Prenada

Skripsi :

Dani Safitri. 2014. "*Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng Steak and Shake dalam Membangun Spiritual Company*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Harjanti Widyastuti. 2010. "*Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan di Hotel Inna Garuda Yogyakarta*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.

Imam Aryansah. 2012. "*Iklm Organisasi dan Kualitas Kehidupan Kerja Karyawan PT. Aseli Dagadu Djokdja*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sumber Internet :

<http://kopertis5.org/?p=listpts> , diakses pada tanggal 09 Januari 2015 pukul 16.30

<http://www.dagadu.co.id/gardep/> , diakses pada tanggal 05 Januari 2015 pukul 20.40

Interview Guide

Pendekatan Makro	<ol style="list-style-type: none">1. Memproses Informasi dari Lingkungan<ul style="list-style-type: none">- Bagaimanakah awal mula menjadikan mahasiswa sebagai karyawan secara kontrak di PT.ADD?2. Identifikasi<ul style="list-style-type: none">- Bagaimana prosedur pemilihan karyawan kontrak yaitu gardep, kasir dan <i>supervisor</i> bagi gerai?3. Integrasi dengan Organisasi Lain<ul style="list-style-type: none">- Dalam membentuk karyawan kontrak yang mayoritas baru memulai pengalaman bekerja, apakah PT.ADD mengambil lembaga dari luar agar mendukung kinerja selama di gerai?- Apakah PT.ADD juga bekerja sama dengan kampus-kampus dalam mengadakan rekrutmen gardep?- Sebelum berada di PT.ADD, apakah anda pernah bekerja paruh waktu di tempat yang lain? Jika iya, apakah ada perbedaan antara kerja di lingkup PT. ADD dengan tempat kerja sebelumnya?4. Penentu Tujuan<ul style="list-style-type: none">- Apakah tujuan dari menjadikan mahasiswa sebagai karyawan kontrak?- Apakah tujuan tersebut sesuai dengan konsep visi dan misi PT.ADD?- <i>Tagline</i> Dagadu Djokdja adalah <i>smart,smile, djokdja</i> , apakah unsur tersebut telah melekat pada tim gerai?
Pendekatan Mikro	<ol style="list-style-type: none">1. Orientasi dan Latihan<ul style="list-style-type: none">- Bagaimanakah proses rekrutmen yang anda jalani?- Selama proses rekrutmen yang panjang tersebut, mengapa anda tetap bertahan hingga menjadi gardep, kasir dan spv saat ini?- Sebelum menjadi gardep, kasir atau spv apakah ada proses orientasi agar mengetahui apa yang akan dilakukan nanti ketika sudah bekerja?- Selama menjadi gardep, kasir atau spv apakah ada pelatihan atau pengarah agar mendukung kinerja di gerai?2. Keterlibatan Anggota<ul style="list-style-type: none">- Tim gerai ini terbagi menjadi tiga kelompok kerja, gardep, kasir dan Spv, bagaimanakah ketiga tim ini saling bekerjasama ?

<p>Pendekatan Mikro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sebagai gardep yang hirarki paling rendah, bagaimana komunikasi antara kasir dan spv kepada kalian sehingga tidak terjadi kesalahpahaman? - Apakah tim gerai dilibatkan dalam pengambilan kebijakan/ keputusan yang menyangkut kegeraian? <p>3. Penentuan Iklim Organisasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apakah ada budaya/ iklim organisasi yang melekat pada tim gerai, bahkan ketika tidak sedang berada di gerai? - Jika tidak bisa hadir memenuhi kewajiban shift, apakah ada rekan yang membantu? - Bagaimanakah nilai profesional diterapkan dalam bekerja? <p>4. Supervisi dan Pengarahan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Di gerai, hirarki tertinggi adalah Supervisor, bagaimanakah spv memotivasi kasir dan gardep agar mampu mencapai target? - Bagaimana kedekatan antara Spv dan tim gerai agar terjadi kenyamanan berkomunikasi antar tim? - Bagaimana spv memberikan contoh untuk melaksanakan kinerja yang profesional sesuai dengan S.O.P? - Bagaimanakah pengawasan dari Spv selaku penanggung jawab gerai terhadap kinerja gardep dan kasir? <p>5. Kepuasan Kerja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apakah anda merasa senang selama bekerja di PT.ADD ? - Bagaimanakah tanggapan manajemen terhadap permintaan tim gerai? Apakah sesuai dengan permintaan atau terhambat? - Bagaimanakah hubungan antara teman gardep, kasir dan spv? Apakah pernah terjadi kesalahpahaman sehingga menimbulkan ketidak nyamanan saat bekerja? - Apakah ada penghargaan bagi tim gerai yang mempunyai kinerja baik?
<p>Pendekatan Individu</p>	<p>1. Berbicara pada Kelompok Kerja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seperti apa cara atau gaya bicara antar tim gerai, apakah harus menggunakan bahasa formal, atau mungkin ada kebiasaan khusus antar tim gerai? - Sejauh mana interaksi antara tim gardep, kasir dan spv berlangsung selain di gerai?

	<p>2. Menghadiri dan Berinteraksi dalam Rapat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam tiap organisasi, diadakan evaluasi atau rapat, apakah di tim gerai juga melakukan hal tersebut? - Apabila ada tim gerai yang tidak hadir didalam rapat atau evaluasi, apakah ada konsekuensinya? <p>3. Menulis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan tulis menulis apa yang anda lakukan dalam menunjang kinerja ketika di gerai? <p>4. Berdebat untuk suatu usulan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam tim gerai yang terdiri dari banyak anggota, pastinya banyak sekali pemikiran yang berbeda dan bagaimana tiap individu menyikapi hal tersebut? - Apa yang anda debatkan ketika sedang rapat atau sedang evaluasi?
Pendekatan Ilmiah (HRD/OT)	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah ada kriteria fisik secara khusus apabila menjadi gardep, kasir atau spv? - Apakah ada kriteria psikologis secara khusus apabila menjadi gardep, kasir atau spv?
Pendekatan Hubungan Antar Manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya peraturan dari atasan apakah membebani kalian sebagai tim gerai? - Sebagai supervisor yang mempunyai wewenang penuh terhadap gerai, bagaimana anda bersikap kepada gardep, kasir dan menjembatani antara tim gerai dan manajemen?
Pendekatan Sistem	<ul style="list-style-type: none"> - Sejauh mana keseriusan tim manajemen menanggapi permintaan konsumen dan kalian sebagai perantara? - Menurut anda sebagai tim gerai, apakah cara pelayanan anda kepada konsumen telah sesuai dengan dasar-dasar etiket pelayanan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan?
Pendekatan Kultural	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah menjadikan mahasiswa sebagai karyawan paruh waktu telah menjadi kultur di PT.ADD? - Menurut pendapat anda, bagaimana kontribusi gardep, kasir dan spv terhadap pertumbuhan dan kemakmuran organisasi?