

Gaya komunikasi pemimpin PT. Astra International UD Trucks cabang Romokalisari Gresik

Angeline Wijaya, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
angelinewijaya301293@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gaya komunikasi pemimpin yang diterapkan oleh pemimpin di UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik. UD Trucks Cabang Romokalisari ini merupakan cabang kedua yang baru dibuka setahun terakhir di wilayah sekitar Surabaya. Dalam menjalankan sebuah perusahaan, tentunya memiliki kepala yang memimpin demi tercapainya sebuah tujuan perusahaan. Kepala cabang disini sangat berperan penting bagi jalannya sebuah perusahaan baru. Tentunya setiap kepala cabang memiliki gaya komunikasinya tersendiri dalam memimpin bawahannya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi pemimpin di UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik yang diterapkan kepada bawahannya merupakan gaya komunikasi *assertive*. Gaya komunikasi *assertive* merupakan gaya komunikasi pemimpin yang terbuka kepada bawahannya. Pemimpin mau menerima segala masukan, kritik, dan saran dari bawahannya. Pemimpin juga dinilai tegas yang dilihat dari bahasa tubuh yang tegap, suara yang stabil, dan raut wajah sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Kata Kunci: gaya komunikasi, pemimpin, asertif, UD Trucks cabang Romokalisari Gresik.

Pendahuluan

Di dalam sebuah organisasi tentunya seorang pemimpin memiliki peranan yang penting di dalamnya. Effendy (1986, p. 39) menyatakan bahwa seorang pemimpin yang baik seharusnya memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan sebuah komunikasi yang baik pula di dalam kepemimpinannya. Sedangkan pada kenyataannya sekarang ini, banyak pemimpin perusahaan yang gagal menjadi seorang pemimpin dikarenakan mereka tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Barret (2006, p. 2-5) juga mengungkapkan bahwa seorang pemimpin harus mampu untuk berkomunikasi dengan baik. Karena kepemimpinan yang baik dilandasi oleh komunikasi yang baik pula.

Menurut O'Hair, Friedrich & Dixon (2005, p. 170), seorang pemimpin tentu memiliki gaya komunikasi tersendiri dalam menyampaikan pesan kepada bawahannya demi mencapai tujuan bersama dalam sebuah organisasi. Gaya

komunikasi itu sendiri merupakan bagaimana cara seseorang berkomunikasi, model perilaku verbal dan non-verbal, dan juga meliputi bagaimana cara memberi dan menerima informasi pada situasi tertentu.

Obyek penelitian yang akan diteliti adalah gaya komunikasi pemimpin dari PT. Astra International UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik. UD ini memiliki kepanjangan tersendiri yaitu *Ultimate Dependability*. Arti kata *Ultimate Dependability* adalah yang bisa diandalkan, jadi *trucks* milik Astra ini merupakan *trucks* yang bisa diandalkan. Cabang ini berdiri tepat pada tanggal 6 Februari 2014. UD Trucks ini merupakan anak perusahaan dari PT Astra International. Sesuai dengan namanya, perusahaan ini bergerak di bidang otomotif. Tugas utama berdirinya cabang ini adalah untuk melakukan transaksi penjualan unit otomotif beserta layanan bengkel yang siap melayani para konsumennya.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, pemimpin UD Trucks cabang Romokalisari Gresik ini selalu menerapkan kedisiplinan yang sangat tinggi kepada setiap karyawannya, contohnya adalah pemimpin mewajibkan kepada setiap staf *marketing* untuk membuat catatan harian yang berisikan tentang kegiatan apa saja yang sudah dilakukan di hari sebelumnya dan harus dikumpulkan keesokan harinya. Guna dari catatan ini dibuat adalah untuk membiasakan karyawan agar selalu mengkomunikasikan segala sesuatu yang terjadi pada saat mereka berada di lapangan. Tidak hanya untuk dibaca oleh pemimpin saja, namun catatan harian ini nantinya akan dipertanggungjawabkan oleh karyawan jikalau pemimpin melakukan *cross check* apakah benar karyawan tersebut memang melakukan kegiatan sesuai dengan yang mereka tuliskan.

Selain itu ditemukan adanya fenomena komunikasi lain yaitu berupa diadakannya *briefing* pagi yang dilakukan secara rutin oleh kepala cabang. Seperti biasanya, *briefing* ini dilaksanakan di hanggar bengkel cabang Romokalisari mulai pagi hari sebanyak tiga kali dalam seminggu, tepatnya setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat. Komposisi komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin pada saat *briefing* berlangsung di antaranya membacakan empat slogan Catur Dharma Astra yang menitikberatkan pada pelayanan hubungan baik dengan konsumen dan tidak lupa juga ada kata kunci yang dilontarkan oleh Kepala Cabang disini yaitu, “Selalu ada jalan buat kalian yang senantiasa memiliki kemauan.”

Pada saat *briefing* semua karyawan diberikan kesempatan satu per satu untuk mengungkapkan informasi terkini mengenai kejadian di lapangan yang ditujukan untuk kepentingan lintas birokrasi di sebuah cabang, setelah itu dilanjutkan dengan penjelasan motivasi yang diberikan oleh jajaran *supervisor* untuk kemudian diakhiri serta memberikan *feedback* kepada karyawan oleh kepala cabang.

Hasil observasi peneliti yang terakhir adalah semua karyawan diwajibkan untuk bisa menjadi karyawan atau staf yang *perfect*. Terutama pada departemen *marketing*, mereka dituntut untuk bisa secara kontinyu mencapai target penjualan setiap bulannya. Padahal unit tipe lama yang dijual sangat terbatas bahkan sudah habis terjual. Sehingga departemen *marketing* diharuskan untuk menjualkan unit

dengan tipe baru dengan harga yang terbilang cukup tinggi tersebut. Tidak hanya itu, saingan di luar pun sangat banyak, karena dari perusahaan truk lain mampu menjual harga truk dibawah harga yang dipasarkan oleh PT. Astra International UD Trucks.

Namun ada hal yang kurang diperhatikan oleh pemimpin di sini yaitu kurangnya membangun sebuah hubungan dan komunikasi yang baik kepada tiap-tiap individu *sales*. Seperti atarsan jarang melakukan komunikasi secara langsung kepada bawahannya. Sehingga terkadang *sales* tidak mampu menyampaikan keluh kesah kepada pemimpinnya dan pada akhirnya keadaan tersebut akan semakin menghimpit para *sales*. Hal yang dilakukan oleh pemimpin ini tidak salah, karena pemimpin juga turut bertanggungjawab atas penjualan yang dilakukan di cabang tersebut. Pemimpin di cabang tersebut harus memastikan bahwa cabang yang beliau pimpin dapat menghasilkan keuntungan bagi UD Trucks Astra Internasional (sumber: hasil wawancara dengan salah satu karyawan UD Trucks Astra Internasional cabang Romokalisari Gresik, tanggal 16 Maret 2015).

Sebagai seorang pemimpin di PT. Astra International UD Trucks cabang Romokalisari Gresik tentunya memiliki alasan mengenai gaya komunikasi yang diterapkan di dalam kepemimpinannya tersebut. Penelitian ini menjadi penting karena peneliti mampu mengetahui dari karyawan mengenai gaya komunikasi pemimpin di PT. Astra International UD Trucks cabang Romokalisari Gresik akan menjelaskan gaya komunikasi apakah yang diterapkan oleh pemimpin di UD Trucks Cabang Romokalisari.

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti juga mencantumkan penelitian terdahulu yang dibuat oleh Dewi (2013) dengan hasil temuan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Temuan lainnya adalah gaya komunikasi pemimpin di perusahaan ini bervariasi, hal ini dilihat dari setiap ekspresi pemimpin ketika melakukan komunikasi baik verbal maupun non-verbal, tidak hanya itu gaya komunikasi dari ketiga pemimpin yang berbeda-beda tersebut akan berpengaruh terhadap kerja karyawannya. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan pada penelitian yang sekarang lebih menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini hanya terbatas pada ketika rapat pengembangan organisasi saja dikarenakan pada saat rapat inilah atasan secara intensif berkomunikasi dan tatap muka secara langsung dengan bawahannya. Dengan adanya rapat inilah, atasan dapat menegur karyawan-karyawannya secara langsung dan juga karyawan dapat mengkomunikasikan keluh kesahnya kepada atasan. Diluar rapat pengembangan organisasi ini, atasan hanya berkomunikasi dengan kepala-kepala departemen saja.

Apakah gaya komunikasi yang diterapkan oleh pemimpin di PT. Astra International UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik?

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Organisasi

Organisasi sebagai kerangka kerja dari suatu manajemen yang menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas antara pemimpin dan bawahan dalam suatu sistem manajemen modern. Di dalam organisasi ada yang diklasifikasikan sebagai seorang pemimpin dan ada juga yang bertindak sebagai bawahannya atau karyawan (Ruslan, 2002, p.88).

Teori lain yang semakin memperkuat diungkapkan oleh Devito (1997) yang mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan berbagai macam pesan di dalam sebuah organisasi baik di dalam kelompok formal maupun kelompok informal. Jika organisasinya semakin besar dan kompleks, maka demikian juga komunikasinya yang akan tercipta (p. 340).

Gaya Komunikasi

Menurut Kreitner & Kinicki dalam Mc. Kay (2009, p. 128), gaya komunikasi atau *communication style* terbagi menjadi 3 bagian yaitu gaya komunikasi *non assertive / passive, aggressive, dan juga assertive*. *Non assertive / passive styles* adalah ketika seorang pemimpin lebih mendorong orang lain untuk mengambil keuntungan dari kita, seringkali malu-malu atau segan, mengingkari diri, dan lebih menyembunyikan dirinya dari para bawahannya. Komunikator juga tidak mengekspresikan perasaan, ide, dan harapannya secara langsung. Dalam gaya ini, komunikator cenderung akan lebih banyak tersenyum. Komunikator juga cenderung lebih banyak melakukan tindakan dari pada mendengarkan. Pola perilaku *non-verbalnya* pun tampak ketika seorang pemimpin sedikit melakukan kontak mata saat berbicara dengan lawan bicaranya, memandang ke arah bawah ketika berkomunikasi, postur tubuh membungkuk, seringkali memindahkan beban tubuh secara konstan, tangan yang meremas-remas, suaranya cenderung lemah atau kecil dan kurangnya rasa percaya diri dalam diri seorang pemimpin. Seorang pemimpin tidak mampu mempersuasi bawahannya.

Gaya komunikasi *agressive* adalah ketika pemimpin lebih mengambil keuntungan dari orang lain, lebih ekspresif, dan juga suka meninggikan diri dengan mengorbankan orang lain. Komunikator juga cenderung menyatakan perasaannya dengan mudah mengenai apa yang diinginkannya, apa yang dipikirkannya namun sering kali mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Gaya *agressive* ini sering menunjukkan kekuatan dan kekuasaan. Pola perilaku *non-verbalnya* dapat terlihat dari mata yang melotot atau membelalak, sikap tubuh yang tampak seperti mengancam lawan bicaranya seperti menunjukkan jari dan mengepalkan tangan, suaranya cenderung keras, dan juga sering menginterupsi. Pola perilaku *verbalnya* juga tampak dari kata-kata yang digunakan pada saat berkomunikasi dengan orang lain kasar dan penuh dengan umpatan, menilai dan mengevaluasi perilaku orang lain, menggunakan istilah yang rasis, dan juga mengucapkan ancaman secara eksplisit atau menghina.

Gaya komunikasi *assertive* adalah gaya komunikasi dimana komunikatornya membuat pernyataan secara langsung yang disertai pula dengan pertimbangan perasaan, ide, dan harapan, mendesak lawan bicaranya tanpa melakukan penyerangan, membiarkan orang lain mempengaruhi hasil akhir, ekspresif, dan suka meninggikan diri tanpa menyerang orang lain. Komunikator yang memiliki gaya komunikasi ini lebih cenderung memiliki kemampuan sebagai pendengar yang baik sehingga membiarkan orang lain untuk mengetahui bahwa ia didengarkan. Gaya komunikasi ini juga lebih terbuka dalam melakukan negosiasi dan kompromi, dan juga bisa menerima dan memberikan komplain dari dan bagi bawahannya. Pola perilaku non-verbalnya adalah pemimpin dapat melakukan kontak mata dengan baik, posisi tubuh yang nyaman namun tampak tegas, suaranya yang stabil, kuat dan terdengar jelas, ekspresi wajah yang sesuai dengan pesan yang disampaikan, informasi serius yang tepat, dan interupsi yang selektif.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei yaitu riset dengan dibantu oleh teknik pengumpulan data kuesioner sebagai tolak ukurnya. Dengan penggunaan survei kuesioner ini diharapkan hasilnya adalah sesuai dengan faktanya dan tidak bias. Hal ini diperkuat oleh Hardjana (2000, p. 63) yang mengungkapkan bahwa informasi objektif itu dapat diperoleh dengan cara merahasiakan identitas sumbernya sehingga tidak dapat diketahui dan dicocokkan dengan jawabannya sehingga pada akhirnya jawaban yang diberikan tersebut tidak dapat membahayakan karir responden.

Subjek Penelitian

Penilaian karyawan di sini dijadikan sebagai responden oleh peneliti sebagai subjek penelitian. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian ini yaitu seluruh karyawan diluar dari Kepala cabang UD Trucks Cabang Romokalisari yang berjumlah 22 orang.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *total sampling* yang di mana semua populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (1994, p. 62), *total sampling* merupakan teknik penentuan sampel apabila semua anggota dari populasi digunakan sebagai sampel. *Total sampling* dapat digunakan dalam penelitian apabila jumlah populasi relatif sedikit.

Analisis Data

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan sebuah kuesioner. Kuesioner yang valid, berarti memiliki validitas tinggi, demikian pula sebaliknya. Sebuah kuesioner dikatakan valid, apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sebuah

kuesioner dikatakan valid, jika tingkat signifikansi hasil korelasi antara setiap skor pertanyaan dengan totalnya $< 0,05$. (Santosa dan Ashari, 2002, p. 250).

Reabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian dan keakuratan sebuah kuesioner. Jadi, reliabilitas menunjukkan apakah kuesioner tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel, bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas atau *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ (Santosa dan Ashari, 2002, p. 251).

Untuk menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini merupakan statistik yang digunakan untuk memberikan informasi kepada peneliti mengenai karakteristik dari variabel yang digunakan di dalam sebuah penelitian (Silalahi, 2003, p. 82).

Temuan Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya sebuah kuesioner (Singarimbun & Effendi, 1995, p.123). Uji validitas ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat (Sudarmanto, 2005, p.77). Jika nilai korelasi lebih besar dari r tabel, maka *item* kuesioner tersebut dinyatakan *valid*. Namun sebaliknya, jika nilai korelasi lebih kecil dari r tabel, maka *item* kuesioner tersebut dinyatakan tidak *valid* (Singarimbun & Effendi, 1995, p.124).

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Kuesioner

Kuesioner	R-hasil	R-tabel	Keterangan
VAR00001	0.393	0.3598	Valid
VAR00002	0.4021	0.3598	Valid
VAR00003	0.3703	0.3598	Valid
VAR00004	0.392	0.3598	Valid
VAR00005	0.4113	0.3598	Valid
VAR00006	0.3926	0.3598	Valid
VAR00007	0.4113	0.3598	Valid
VAR00008	0.4289	0.3598	Valid
VAR00009	0.41	0.3598	Valid
VAR00010	0.4689	0.3598	Valid
VAR00011	0.4157	0.3598	Valid
VAR00012	0.41	0.3598	Valid
VAR00013	0.4642	0.3598	Valid
VAR00014	0.392	0.3598	Valid
VAR00015	0.4312	0.3598	Valid
VAR00016	0.4069	0.3598	Valid
VAR00017	0.4561	0.3598	Valid
VAR00018	0.9482	0.3598	Valid
VAR00019	0.4312	0.3598	Valid
VAR00020	0.9554	0.3598	Valid
VAR00021	0.9554	0.3598	Valid
VAR00022	0.959	0.3598	Valid
VAR00023	0.9482	0.3598	Valid
VAR00024	0.8802	0.3598	Valid
VAR00025	1	0.3598	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa semua item kuesioner yang ada dinyatakan *valid*. Hal ini dikarenakan r hasil $>$ dari r tabel 0.3598. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa item-item kuesioner di atas layak dan sah mengukur apa yang diukur oleh peneliti yaitu gaya komunikasi pemimpin PT. Astra International UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan mengukur apakah data-data yang sudah terkumpul bisa diandalkan atau tidak. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel atau tidak apabila jawaban dari responden terhadap sebuah pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Nazir, 1998, p. 89). Sebuah kuesioner dikatakan reliabel, bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas atau *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ (Santosa dan Ashari, 2002, p. 251).

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner

	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
VAR00001	.935	Reliabel
VAR00002	.933	Reliabel
VAR00003	.930	Reliabel
VAR00004	.934	Reliabel
VAR00005	.931	Reliabel
VAR00006	.935	Reliabel
VAR00007	.931	Reliabel
VAR00008	.934	Reliabel
VAR00009	.932	Reliabel
VAR00010	.933	Reliabel
VAR00011	.934	Reliabel
VAR00012	.932	Reliabel
VAR00013	.930	Reliabel
VAR00014	.934	Reliabel
VAR00015	.931	Reliabel
VAR00016	.930	Reliabel
VAR00017	.931	Reliabel
VAR00018	.936	Reliabel
VAR00019	.931	Reliabel
VAR00020	.936	Reliabel
VAR00021	.936	Reliabel
VAR00022	.935	Reliabel
VAR00023	.936	Reliabel
VAR00024	.935	Reliabel
VAR00025	.936	Reliabel

Sesuai dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa pernyataan pada setiap variabel gaya komunikasi pemimpin memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0.6 dan semuanya dinyatakan reliabel.

Identitas Responden

Identitas responden adalah data yang diperoleh dari responden, yang menggambarkan responden tersebut. Adapun beberapa karakteristik responden yang ada dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, departemen, usia, dan lama bekerja dari responden, hasil identitas responden tersebut dapat kita lihat pada tabel yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki laki	21	95.5	95.5	95.5
Perempuan	1	4.5	4.5	100.0
Total	22	100.0	100.0	

Tabel 4. Departemen Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Admin	3	13.6	13.6	13.6
Service	12	54.5	54.5	68.2
Marketing	7	31.8	31.8	100.0
Total	22	100.0	100.0	

Tabel 5. Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30 tahun	13	59.1	59.1	59.1
31-40 tahun	8	36.4	36.4	95.5
41-50 tahun	1	4.5	4.5	100.0
Total	22	100.0	100.0	

Tabel 6. Lama Bekerja Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-5 tahun	13	59.1	59.1	59.1
6-10 tahun	5	22.7	22.7	81.8
>10 tahun	4	18.2	18.2	100.0
Total	22	100.0	100.0	

Deskripsi Data Gaya Komunikasi

Untuk mengetahui penilaian responden terhadap tiga gaya komunikasi pemimpin yang ada, maka dilakukanlah penghitungan rata-rata jawaban responden terhadap masing-masing gaya komunikasi yaitu gaya komunikasi *non assertive / passive, aggressive, dan assertive*. Selanjutnya, nilai rata-rata tersebut dikelompokkan menjadi 2 kategori yaitu negatif dan positif. Berikut merupakan perhitungan interval kelas :

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{4 - 1}{2} \\ &= 1.5 \end{aligned}$$

Tabel 7. Kriteria Penilaian Jawaban Responden

Interval	Kategori
1 – 2.5	Negatif
<2.5 – 4	Positif

Tabel 8. Perhitungan Gaya Komunikasi

Jenis Gaya Komunikasi	Perhitungan Rata-Rata	Kategori
<i>non-assertive</i>	2.222727	Negatif
<i>aggressive</i>	2.642857	Positif
<i>assertive</i>	2.653409	Positif

Analisis dan Interpretasi

Menurut teori yang disampaikan oleh Kreitner & Kinicki dalam Mc. Kay (2009, p. 128), terdapat tiga macam gaya komunikasi yaitu *non assertive / passive, aggressive, dan assertive*. Berdasarkan hasil penghitungan temuan data yang ada, dapat diketahui bahwa gaya komunikasi dengan nilai tertinggi adalah gaya komunikasi *assertive* dengan nilai interval 2.65. kesimpulannya adalah kepala cabang UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik memiliki gaya komunikasi *assertive*.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dikemukakan di dalam bab 4, dapat disimpulkan bahwa Kepala Cabang UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik memiliki gaya komunikasi *assertive*. Hal ini berdasarkan temuan data hasil penghitungan interval yang menunjukkan bahwa gaya komunikasi *assertive* memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan 2 gaya komunikasi lainnya, yaitu dengan nilai 2.65.

Terdapat 3 jenis gaya komunikasi yang dimiliki oleh seorang pemimpin yaitu *non assertive / passive, aggressive, dan assertive*. Dengan adanya penelitian ini,

diketahui bahwa Kepala Cabang UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik memiliki gaya komunikasi *assertive*.

Kepala cabang dengan gaya komunikasi *assertive* lebih mudah untuk membuat pernyataan secara langsung yang disertai pula dengan pertimbangan perasaan, ide, dan harapan dari bawahannya. Beliau juga mampu mendesak lawan bicaranya tanpa melakukan sebuah penyerangan yang berlebihan sehingga merugikan orang lain. Sebelum menyampaikan sebuah pernyataan, kepala cabang selalu mempertimbangkan semuanya terlebih dahulu, untuk menghindari menyakiti perasaan bawahannya.

Dalam mengambil keputusan perusahaan, kepala cabang selalu mengikutsertakan bawahannya untuk turut dalam pengambilan keputusan. Kepala cabang tidak bertindak secara sewenang-wenang dan mengandalkan kekuasaannya dalam mengambil sebuah keputusan. Tidak hanya dalam pengambilan keputusan saja, kepala cabang juga memiliki sikap yang terbuka terhadap bawahannya pada saat melakukan negosiasi. Terdapat satu lagi nilai positif dari gaya komunikasi *assertive* ini yaitu, kepala cabang mau menerima komplain berupa kritik, saran, bahkan keluh kesah dari bawahannya. Sehingga kepala cabang juga bisa mengetahui apa yang menjadi permasalahan karyawannya dan juga kepala cabang dapat mengevaluasi kinerjanya berdasarkan kritik dan saran yang telah diberikan.

Gaya komunikasi *assertive* ini juga tidak hanya dinilai dari bahasa verbalnya saja, namun juga dapat dilihat dari bahasa non verbal seperti bahasa tubuh, ekspresi atau raut wajah, dan pola perilaku dari seorang pemimpin. Bahasa tubuh dari seorang pemimpin dengan gaya komunikasi *assertive* dapat dideteksi dari cara kepala cabang berkomunikasi dengan bawahannya dan selalu menggunakan kontak mata dengan baik, posisi tubuh yang nyaman namun tampak tegas, suaranya terdengar stabil dan jelas untuk didengar oleh lawan bicaranya, ekspresi wajah yang sesuai dengan pesan yang disampaikan, dan juga kepala cabang melakukan interupsi yang selektif tidak terlalu berlebihan yang semakin membuat suasana kerja yang tidak nyaman.

Sesuai dengan kesimpulan yang dijelaskan di atas, peneliti menemukan beberapa hal yang dapat dijadikan saran atau masukan yang membangun, yang peneliti harapkan dapat berguna secara akademis maupun praktis.

Saran akademis disini diperuntukkan bagi peneliti lain yang mengambil penelitian yang serupa, dengan pendekatan kuantitatif, diharapkan agar bisa mencari teori-teori yang berbeda guna dapat menghasilkan penelitian lain yang lebih luas lagi. Selain itu, bagi peneliti lain yang mengharapkan memperoleh hasil yang lebih mendalam lagi dan secara personal, dapat melakukan penelitian serupa dengan pendekatan kualitatif.

Daftar Referensi

- Barret, D. J., (2006). *Leadership Communication*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Devito, J. (1997). *Kuliah Antar Manusia (Kuliah Dasar)*. Jakarta: Professional Books.
- Dewi, F.P. (2013). Gaya Komunikasi Pemimpin PT Fition yang Dipimpin Lebih dari Satu Pemimpin. *Jurnal e-komunikasi*. Vol. 1 (1).
- Effendy, O.N. (1986). *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Bandung: PT. Alumni.
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi, Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo.
- Mckay, M., Davis, M. & Fanning, P. (2009). *Messages : The Communication Skills Book 3rd ed.* Oackland: New Hambinger Oublications.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- O’Hair, D., Friedrich, G.W., & Dixon, L.D. (2005). *Strategic Communication in Business and The Professions*. USA: Houghton Mifflin Company.
- Ruslan, R. (2002). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi..* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, S. (2002). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik Cetakan 3*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Silalahi, G. (2003). *Metode Penelitian dan Studi Kasus*. Sidoarjo: Citra Media.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Sudarmanto, G. (2005). *Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (1994). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. R&D. Bandung: Alfabeta.