



## Fakultas Ilmu Komunikasi

J U R N A L  
Universitas Ibnu Chaldun - Jakarta

---

### Gaya Komunikasi Kepala Toko Dengan Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Indomaret (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Indomaret Ciputat Raya 1)

Ranti Irna Saputri<sup>1\*</sup>

[rantisaputri854@gmail.com](mailto:rantisaputri854@gmail.com)

Drs Hasiholan Siagian, M.I.Kom<sup>2</sup>

[phasiholansiagian15@gmail.com](mailto:phasiholansiagian15@gmail.com)

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Ibnu Chaldun  
Jl. Pemuda I Kav. 97 Rawamangun, Jakarta 13220

---

#### Abstrak

Gaya Komunikasi dari seorang pimpinan sangat penting untuk diketahui untuk dapat mengerti maksud dan tujuan dari pimpinan kepada bawahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan kepala toko terhadap karyawan indomaret Ciputat Raya 1 yang akan dilihat dari satu aspek gaya komunikasi *friendly style*, tiga jenis gaya komunikasi *controlling style*, *structuring style*, dan *equalitarian style*. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kualitatif, dimana pada metode ini bertujuan mendapatkan pemahaman terhadap kebenarannya di lapangan dari perspektif atasan dan bawahan, teknik pengumpulan pada penelitian ini menggunakan data yang meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah sebelas orang, terdiri dari satu orang kepala toko, tiga orang karyawan. Subjek penelitian ini adalah gaya komunikasi yang diadaptasi dari menggunakan Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dan aspek gaya komunikasi ydari Allen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat gaya komunikasi yang diterapkan kepala toko yaitu aspek gaya komunikasi *friendly style* memiliki empati yang tinggi dan memiliki sifat kesetaraan, jenis gaya komunikasi *the equalitarian style* terlihat dari ciri-ciri komunikasi terjadi secara dua arah, terbuka, penyaluran informasi baik, menerima ide dan gagasan. *The structuring style* terlihat dari ciri-ciri adil, mengikuti struktur, memantapkan tujuan perusahaan. *The structuring style* terlihat dari ciri-ciri menggunakan saat penggunaannya dibutuhkan karna keadaan yang tidak memungkungan untuk bertemu langsung dengan karyawan..

**Keywords:** Gaya Komunikasi; Aspek gaya Kmunikasi; Kepala Toko; Karyawan; Kualitas Pelayanan

---

## Pendahuluan

Pemimpin yang baik dalam suatu organisasi harus mampu menginspirasi dan berbagi pengetahuannya kepada rekan kerja, sehingga menciptakan semangat dan produktivitas. Hal ini bertujuan agar karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik dan tujuan organisasi dapat dicapai atau berhasil. Keberhasilan setiap organisasi ditentukan oleh individu-individu yang produktif dan memiliki integritas serta kualitas yang baik. Salah satu kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi adalah komunikasi yang baik dan tepat. Menurut Stuart dalam Utari (2020: 995), seorang pemimpin diharapkan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan memberi petunjuk kepada individu agar mencapai tujuan bersama.

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia yang memungkinkan interaksi dan hubungan dalam berbagai konteks, baik dalam kehidupan sehari-hari, tempat kerja, pasar, maupun masyarakat. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi, karena melalui komunikasi, mereka dapat menyampaikan ide, gagasan, dan informasi. Dalam konteks organisasi, komunikasi menjadi aspek penting yang berperan dalam mencapai tujuan secara efektif. Komunikasi organisasi melibatkan penerimaan dan pengiriman berbagai pesan oleh individu atau kelompok dalam struktur formal maupun informal (Pramanik, 2020: 214). Organisasi atau perusahaan dapat berjalan dan berkembang dengan baik apabila komunikasi terjalin dengan baik antara pimpinan dan bawahan, sesama karyawan, serta antara karyawan dan atasan.

Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti simbol, isyarat, perilaku, dan tindakan (Zamzami

dalam Taufik, 2023: 184). Tidak terbatas pada bahasa verbal, komunikasi juga dapat menggunakan bahasa tubuh, senyuman, dan anggukan. Elemen ini penting dalam organisasi karena kualitas komunikasi yang baik antara anggota dan pemimpin mempengaruhi efektivitas organisasi. Peran komunikasi antar anggota adalah untuk memungkinkan organisasi menghadapi perubahan, baik secara internal maupun eksternal (Siregar dalam Taufik, 2023: 186).

Permasalahan yang sering dihadapi organisasi antara lain ketidakharmonisan hubungan antara pimpinan dan bawahan. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya kepercayaan, tidak adanya transparansi dalam pengambilan kebijakan, dan kurangnya ruang komunikasi yang tersedia. Dalam konteks ini, komunikasi berperan penting tidak hanya sebagai alat untuk mengirim informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memfasilitasi pemahaman bersama, koordinasi tindakan, serta pembentukan visi bersama yang diperlukan saat menghadapi tantangan dan dinamika yang terus berubah. Melalui komunikasi yang baik, organisasi dapat berfungsi secara efektif dalam menghadapi perubahan yang tidak terhindarkan.

Proses komunikasi seseorang dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang dimilikinya. Gaya komunikasi adalah kekhasan yang dimiliki setiap individu dalam berkomunikasi, mencakup ciri-ciri, model, tata cara, cara berekspresi, dan tanggapan yang diberikan saat berkomunikasi. Gaya komunikasi seseorang mempengaruhi bagaimana mereka menyampaikan pesan dan mendapatkan umpan balik. Budaya paternalistik, di mana atasan jarang membiarkan bawahan beroperasi secara

mandiri, berdampak pada komunikasi antara atasan dan bawahan. Hal ini disebabkan oleh sifat kontak formal yang dimiliki atasan dengan bawahan dan jarak hierarkis di antara mereka. Jika atasan dapat berfungsi sebagai sumber ilmu, saran, atau ide, maka hubungan komunikasi akan berjalan efektif (Rizki dalam Lubis, 2023: 468).

Menurut Kohler dalam buku Arni Muhammad, komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, pemimpin organisasi dan komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka. Gaya komunikasi yang sukses pada umumnya menggunakan gaya komunikasi yang tegas dalam kegiatan sehari-hari maupun dalam memimpin. Pemimpin yang mampu melakukan komunikasi yang efektif dapat merangsang partisipasi bawahannya. Gaya komunikasi seorang pemimpin mencakup kombinasi perilaku yang menjadi ciri kepribadian dan pola dasar kepemimpinan, seperti mementingkan hubungan kerja sama, pelaksanaan tugas, dan hasil yang dapat dicapai.

Dalam konteks penelitian ini, gaya komunikasi yang diterapkan oleh kepala toko di Indomaret menjadi fokus utama. Indomaret, salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia, dikenal karena keberhasilannya dalam menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan kualitas terjamin. Indomaret juga memiliki strategi ekspansi yang kuat, dengan membuka toko di lokasi strategis untuk mencapai lebih banyak pelanggan. Fokus pada pelayanan pelanggan yang baik, inovasi teknologi, dan program loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan Indomaret.

Karyawan Indomaret memegang peranan penting dalam keberhasilan

operasional dan kualitas pelayanan. Namun, masalah yang terjadi di Indomaret Ciputat Raya 1 menunjukkan bahwa komunikasi yang kurang efektif antara kepala toko dan karyawan dapat berdampak negatif pada pelayanan. Kepala toko yang tidak berkomunikasi dengan baik dengan karyawan menyebabkan miss komunikasi, keterlambatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, dan penurunan kualitas pelayanan. Hambatan dalam penyampaian informasi dari kepala toko kepada karyawan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja.

Gaya komunikasi kepala toko dapat mempengaruhi motivasi, kinerja, dan loyalitas karyawan, yang pada gilirannya berkontribusi pada kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana gaya komunikasi kepala toko mempengaruhi interaksi dengan karyawan dan bagaimana hal ini berdampak pada kualitas pelayanan di Indomaret. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan mempererat hubungan kerja dan meningkatkan kualitas pelayanan (Sari, et al, 2018: 1). Gaya komunikasi yang diterapkan oleh kepala toko di Indomaret diharapkan dapat mencerminkan kepemimpinan yang memperkuat budaya kerja positif dan berdampak pada pengalaman konsumen.

## **Kerangka Teori**

### **Teori Komunikasi**

Komunikasi didefinisikan sebagai penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima, baik secara lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi. Pertukaran informasi yang terjadi diantara pengirim dan penerima tidak hanya dilakukan dalam bentuk lisan maupun tertulis, tetapi juga

yang menggunakan alat komunikasi canggih Sopiah (2008).

Didalam istilah komunikasi atau didalam bahasa inggris communication berasal dari bahasa latin communicatio, dan bersumber dari kata komunis yang berarti sama-sama di maksudkan sebagai sama makna dan mempunyai kesamaan bahasa. komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu, Amanah dan Robingaturun (2023).

Jadi dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, informasi, dan opini atau perasaan berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).

### **Teori Gaya Komunikasi**

Gaya komunikasi merupakan cara seseorang berkomunikasi, berinteraksi, dan bertindak dengan maksud memberi pemahaman terhadap pesan verbal dan nonverbal yang disampaikan komunikator sebagai pengirim pesan (sender) kepada komunikan sebagai penerima pesan (receiver) tergantung pada situasi yang dihadapi Asiah (2022) Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara berperilaku ketika seseorang mengirim dan menerima pesan. Dengan kata lain, gaya komunikasi memainkan peran penting dalam kesuksesan seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain.

Alo Liliweri menulis dalam bukunya "Interpersonal Communication," gaya komunikasi adalah usaha seseorang berperilaku ketika mengutarakan pesan. Menurut Norton (2023), gaya komunikasi dapat diartikan baik secara verbal maupun nonverbal untuk menunjukkan bagaimana

makna yang sesungguhnya dimengerti ataupun dipahami. Pesan - pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan. dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan.

Gaya komunikasi juga bisa dipandang sebagai meta-messages yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi. "communication styles can also be viewed as a meta-message which contextualizes how verbal messages should be acknowledged and interpreted" definisi ini menjelaskan mengapa seseorang berkomunikasi, tidak lain berkomunikasi sebagai upaya untuk merefleksikan identitas pribadinya yang dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas tersebut Liliweri (2015).

### **Macam-Macam Gaya Komunikasi**

dalam melakukan komunikasi, pemimpin memiliki ciri khas masing – masing dalam memimpin organisasinya. Ada enam gaya komunikasi yang dilakukan oleh seorang pimpinan yaitu gaya komunikasi (1) *the controlling style*, (2) *the equalitarian style*, (3) *the structuring style*, (4) *the dynamic style*, (5) *the relinquishing style* dan (6) *the withdrawal style* Steward L. Tubbs dan Selvia Moss (dalam Alfindra ,2017)

1. Controlling Style, Gaya ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif

- pula (sunting) Gaya komunikasi dua arah
2. *Equalitarian style*, Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.
  3. *Structuring Style*, Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.
  4. *The dynamic style* Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). The dynamic style of communications ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawahi para wiraniaga (salesmen atau saleswomes). Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang

pekerja. Pegawai untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa pegawai atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5. *The relinquishing style* Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerjasama dengan orang-orang yang berpengalaman atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.
6. *The withdrawal style* merupakan sebuah gaya yang tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Dalam gaya komunikasi memiliki beberapa aspek penunjang yaitu elemen-

elemen yang membentuk cara seseorang berkomunikasi. Aspek tersebut dalam membuat komunikator menyatakan sesuatu dengan tepat dan mendapatkan respons yang sesuai keinginan Allen (2006). 1) dominan, (dominant), yaitu aspek gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial, 2) dramatis, (dramatic), yaitu aspek gaya seseorang individu yang selalu hidup ketika dia bercakap-cakap. 3) kontroversial (controversial), yaitu aspek gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk menantang orang lain. 4) animasi (animated), yaitu aspek gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal. 5) berkesan (impression), yaitu aspek gaya komunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang mengesankan. 6) santai (relaxed), yaitu aspek gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa. 7) atentif (attentive), yaitu aspek gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh. 8) terbuka (open), yaitu, aspek gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur mungkin saja blak-blakkan. 9)

bersahabat (friendly), yaitu aspek gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang ramah, merasa dekat, selalu memberikan respons positif dan mendukung. 10) Gaya yang tepat (precise), yaitu aspek gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

### **Teori Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan/jasa adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Apakah harapan kurang sesuai dari kenyataan yang diterima pelanggan atau malah sebaliknya. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap Inferioritas/superioritas organisasi beserta jasa yang di tawarkan Saputra dan Putri (2023). Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas dari jasa yang diberikan sebagai ukuran beberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan Hutabarat dkk (2021).

kualitas dari pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang agar bernilai tinggi, suatu pelayanan harus memiliki kualitas. Ayuningtyas (2021)

### **Teori Kepala Toko**

Dalam struktur organisasi ritel, kepala toko seringkali merupakan ujung tombak dari hubungan antara perusahaan

induk dan konsumen. Mereka memiliki peran penting dalam menjaga kualitas layanan pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang positif. Menurut Pratiwi (2022) kepala toko adalah orang yang memimpin suatu toko dengan menerapkan unsur-unsur manajemen didalamnya untuk mengawasi dan bertanggung jawab penuh atas jalannya program hingga pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya pada toko tersebut. Kepala toko adalah individu yang bertanggung jawab atas operasional dan manajemen suatu toko atau bisnis ritel. Dalam struktur organisasi ritel, kepala toko seringkali merupakan ujung tombak dari hubungan antara perusahaan induk dan konsumen. Mereka memiliki peran penting dalam menjaga kualitas layanan pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang positif. Kepala toko harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk yang dijual, tren pasar, dan kebutuhan pelanggan

### **Teori Karyawan**

Pada dasarnya pengertian karyawan dipersamakan dengan pengertian buruh, tenaga kerja/pekerja atau diistilahkan juga dengan sebutan sumber daya manusia (SDM). Dalam artian secara makro, Sumber Daya Manusia dalam arti mikro secara sederhana menurut Simamora (2005) adalah manusia atau orang yang bekerja atau jadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain. Karyawan/i adalah manusia yang menggunakan tenaga dan kemampuannya untuk mendapatkan balasan berupa pendapatan, baik berupa uang maupun bentuk lainnya kepada pemberi kerja atau pengusaha atau majikan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2006) menyebutkan bahwa karyawan merupakan orang yang bekerja pada suatu

lembaga (kantor, perusahaan, dsb) dengan mendapatkan gaji atau upah. Hasibuan (2013) mendefinisikan karyawan honorer sebagai penjual jasa (pikiran dan tenaga) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Dalam konteks penelitian ini, karyawan dimaksud adalah tenaga kerja yang dipekerjakan di Toko Indomaret, yaitu tenaga kerja yang masuk dalam struktur perusahaan yang menunjukkan hubungan, tugas, tanggung jawab dan wewenang yang dimiliki disetiap posisi atau jabatan.

### **Metodologi**

#### **Jenis penelitian**

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Menurut Martono (2015) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu (informan) dalam latar alamiah. Menurut Mukhtar (2014) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.

Melalui metode ini peneliti ingin menggambarkan bentuk gaya komunikasi kepala toko terhadap karyawannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. dengan begitu langkah kerja dari metode ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan gaya komunikasi yang terjalin antara kepala toko dengan karyawan dengan melihat aspek friendly dan dengan 3 jenis gaya komunikasi Controlling Style, Equalitarian Style, dan Structuring Style.

#### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 25 Mei 2024 sampai 1 Juni 2024, lokasi penelitian di Indomaret Ciputat Raya 1 Jl. Ciputat Raya No.1 3 11 3, RT.3/RW.11, Pondok Pinang, Kec. Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

### **Teknik pengumpulan data**

Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian. bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2018:456) . maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), dokumentasi dan gabungan ketiganya. Data ini akan didapatkan dari 5 informan terdiri dari 1 kepala toko, 3 karyawan, dan 1 pelanggan.

Data sekunder merupakan data untuk melengkapi data yang diperlukan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini berupa artikel-artikel dari website, internet, berita yang relevan dan beberapa literatur yang relevan. Data sekunder yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data yang relevan dengan gaya komunikasi dan peningkatan kualitas pelayanan

### **Teknik analisis data**

Teknik analisis data sangat penting dalam memecahkan kasus yang akan diteliti, tanpa analisis data peneliti akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan penelitiannya. Menurut Martono (2015: 11) analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang disajikan mempunyai makna,

sehingga pembaca dapat mengetahui hasil penelitian. Analisis data merupakan sebuah tahap yang bermanfaat untuk menerjemahkan data hasil penelitian agar lebih mudah dipahami pembaca secara umum. Peneliti akan melakukan analisis data setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan. Setelah itu masuk kedalam proses analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1994) yang melibatkan tiga proses setelah data telah terkumpulkan penting. Ketiganya yaitu 1) *Data reduction* atau reduksi data, 2) *Data display* atau penyajian data, 3) *Conclusion drawing* atau verifikasi.

### **Result and Discussion**

#### **Sejarah Berdirinya PT.Indomarco Prismatama**

Indomaret adalah usaha jaringan ritel waralaba pertama di Indonesia, sebuah gerai yang merupakan jaringan ritel mini market, pertama kali didirikan pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat dengan nama Indomart, yang dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, anak perusahaan dari PT Indoritel Makmur International Tbk bagian dari Salim Group, yang didirikan oleh Sudono Salim, kemudian dilanjutkan oleh Anthoni Salim. Indomaret pada awalnya hanya sebuah toko biasa dari sebuah pemikiran dan keinginan untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari bagi karyawan, namun dengan perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat yang lebih mementingkan kualitas, kenyamanan, dan efisiensi dalam berbelanja maka ditahun 1988 didirikanlah sebuah gerai di Ancol Jakarta utara, yang awalnya diberi nama Indomart kemudian berganti menjadi Indomaret yang menyesuaikan dengan penyebutan masyarakat.

PT Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan



kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada Mei 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperolehnya penghargaan dari Presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003. pada bulan januari 2020 Indomaret memiliki 17.681 gerai yang terdiri dari 60% milik sendiri dan 40% milik masyarakat, yang tersebar di Jawa, Bali, Madura, Sumatera, Kalimantan, Nusa Tenggara Barat, Batam dan Sulawesi. Setiap gerainya menyediakan lebih dari 5000 produk food, non food, general merchandise dan fresh product dengan harga hemat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen.

#### **Aspek Gaya Komunikasi *Friendly***

Gaya komunikasi yang ramah (friendly) memiliki peran penting dalam menciptakan suasana kerja yang kondusif dan produktif. Berdasarkan temuan penelitian ini, gaya komunikasi friendly yang diterapkan oleh Kepala Toko Indomaret Ciputat Raya 1 memberikan dampak positif baik terhadap karyawan maupun pelanggan. Kepala Toko menggunakan bahasa yang familiar dan dekat dengan anak muda, yang mempermudah karyawan untuk memahami instruksi yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa Kepala Toko mampu menyesuaikan gaya komunikasinya dengan audiens, sebuah ciri khas dari komunikasi yang efektif dan ramah. Penggunaan bahasa yang santai dan tidak formal membantu mengurangi jarak antara atasan dan bawahan, menciptakan suasana kerja yang lebih harmonis dan menyenangkan.

Karyawan merasa Kepala Toko mudah didekati untuk berkomunikasi. Ini

penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang terbuka, di mana karyawan merasa nyaman untuk menyampaikan ide, masukan, atau bahkan keluhan mereka. Pemberian instruksi yang disertai dengan kata-kata seperti "tolong" menunjukkan adanya penghargaan dan rasa hormat terhadap karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi dan kinerja mereka. Gaya komunikasi yang ramah juga berdampak positif pada layanan pelanggan. Karyawan yang merasa dihargai dan didukung oleh atasan mereka cenderung lebih termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal ini tercermin dari kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan karyawan. Pelanggan merasakan perhatian lebih dari karyawan saat berbelanja, yang meningkatkan pengalaman mereka dan kemungkinan besar akan mendorong loyalitas pelanggan.

Selama briefing, Kepala Toko menggunakan bahasa yang santai dan gaul untuk menciptakan suasana yang dekat dan positif. Penggunaan kata "tolong" dalam memberikan instruksi menunjukkan upaya untuk menghilangkan tekanan dan menciptakan iklim kerja yang lebih kooperatif. Karyawan merasa bahwa mereka bekerja dengan teman, bukan hanya menjalankan perintah dari atasan. Hal ini penting untuk membangun tim yang solid dan sinergis, di mana setiap anggota merasa menjadi bagian dari tujuan bersama. Kemampuan Kepala Toko untuk beradaptasi dengan berbagai situasi dan menunjukkan respons positif dalam setiap interaksi menunjukkan pentingnya fleksibilitas dalam gaya komunikasi. Ketika atasan mampu beradaptasi dan merespons dengan baik, karyawan merasa didukung dan termotivasi untuk berkontribusi lebih banyak. Sikap ramah dan mendukung ini tidak hanya

memperkuat hubungan antara atasan dan bawahan tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih inovatif dan dinamis.

### **Gaya Komunikasi Controlling**

Komunikasi controlling seringkali dicirikan oleh pendekatan yang dominan dan instruktif, dimana pihak yang menggunakan gaya ini cenderung menetapkan arah pembicaraan dan keputusan, serta kurang terbuka terhadap pendapat atau kontribusi dari pihak lain. Dalam lingkungan kerja, pendekatan ini dapat membantu menjaga efisiensi dan konsistensi operasional, namun juga memiliki potensi untuk menghambat kreativitas dan inovasi karyawan jika diterapkan terlalu ketat tanpa fleksibilitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima orang, yaitu satu orang kepala toko dan empat orang karyawan, ditemukan bahwa Kepala Toko Indomaret Ciputat Raya 1 cenderung menghindari gaya komunikasi yang bersifat satu arah. Sebaliknya, beliau lebih sering menggunakan komunikasi yang mengundang partisipasi karyawan dalam memberikan ide-ide mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kepala toko tersebut memahami pentingnya melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan dan memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan pendapat.

Dari hasil wawancara dengan karyawan, terungkap bahwa Kepala Toko selalu berkomunikasi dengan terbuka dan memberikan ruang bagi karyawan untuk mengemukakan pendapat masing-masing. Kepala Toko juga memberikan instruksi dengan jelas dan mengambil inisiatif untuk menyelesaikan masalah, seperti memastikan ketersediaan produk, yang diakui oleh pelanggan sebagai bentuk kontrol yang efektif dan responsif. Observasi langsung di Indomaret Ciputat Raya 1 menunjukkan bahwa Kepala Toko

selalu melakukan pengecekan terhadap karyawan dengan memantau setiap kerja karyawannya melalui CCTV atau berjalan menyalisir setiap lorong rak. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa karyawan bekerja sesuai arahan dan standar operasi prosedur (SOP) perusahaan. Pendekatan ini mencerminkan kontrol yang dilakukan oleh kepala toko untuk menjaga agar operasional berjalan lancar dan sesuai dengan harapan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi controlling yang diterapkan oleh Kepala Toko Indomaret Ciputat Raya 1 tidak bersifat kaku atau otoriter. Sebaliknya, kepala toko menghindari kontrol yang berlebihan dan lebih memilih pendekatan yang mengundang partisipasi serta memberikan ruang bagi karyawan untuk berkontribusi secara kreatif. Dengan demikian, karyawan tidak merasa terbatas atau terhambat dalam berpikir kreatif, dan mereka memiliki ruang untuk berkembang. Hal ini juga berdampak positif pada pelanggan, dimana instruksi yang jelas dan inisiatif dalam menyelesaikan masalah membantu menjaga pelayanan tetap efisien dan responsif. Dengan gaya komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif, kepala toko berhasil menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis, sekaligus memastikan bahwa standar operasional tetap terpenuhi.

### **Gaya Komunikasi Equalitarian**

gaya komunikasi equalitarian menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif, penghargaan terhadap berbagai ide, serta kolaborasi tim yang solid. Gaya komunikasi equalitarian yang diterapkan oleh Kepala Toko di Indomaret Ciputat Raya 1 menekankan pada keterbukaan dan inklusivitas dalam berkomunikasi. Kepala Toko menggunakan pendekatan yang santai dan

informal saat menyampaikan informasi dan memimpin briefing. Dalam setiap sesi briefing, Kepala Toko memberikan kesempatan kepada semua karyawan untuk menyampaikan pendapat dan ide-ide mereka. Ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak bersifat satu arah, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari semua anggota tim. Dengan cara ini, setiap karyawan merasa dihargai dan memiliki peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dari hasil wawancara dengan karyawan, terlihat bahwa gaya komunikasi ini menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan memotivasi. Karyawan merasa dihargai karena ide dan pendapat mereka didengarkan dan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan karyawan tetapi juga mendorong kreativitas dan inovasi. Karyawan merasa memiliki tanggung jawab bersama untuk mencapai target dan tujuan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keseluruhan tim. Koordinasi yang baik antara Kepala Toko dan karyawan juga terlihat dalam penanganan masalah pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan pelanggan, Kepala Toko dan karyawan mampu berkoordinasi dengan baik untuk memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan terkait produk. Ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya berdampak pada lingkungan internal perusahaan tetapi juga mempengaruhi pengalaman pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan karena masalah mereka ditangani dengan cepat dan efisien.

Observasi langsung yang dilakukan penulis juga mengungkapkan bahwa Kepala Toko secara konsisten membuka ruang untuk diskusi dan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam memberikan

saran dan ide-ide kreatif. Hal ini mencerminkan komitmen Kepala Toko untuk menciptakan budaya komunikasi yang inklusif dan demokratis. Setiap karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk berkontribusi dalam pencapaian target penjualan, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi dan semangat kerja mereka. Keseluruhan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi equalitarian yang diterapkan oleh Kepala Toko di Indomaret Ciputat Raya 1 memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja karyawan dan pencapaian tujuan perusahaan. Dengan menciptakan lingkungan yang menghargai partisipasi aktif dan berbagai pandangan, gaya komunikasi ini mendorong kreativitas, inovasi, dan kepuasan karyawan. Selain itu, koordinasi yang baik antara Kepala Toko dan karyawan juga meningkatkan kepuasan pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam keberhasilan bisnis ritel.

### **Gaya Komunikasi Structuring**

Gaya komunikasi structuring adalah pendekatan yang mengandalkan pesan verbal secara tertulis dan lisan untuk memastikan pelaksanaan perintah, penjadwalan tugas, serta struktur organisasi. Gaya ini menekankan ketegasan dalam pengaturan tugas, dengan fokus pada instruksi dan perencanaan yang rinci, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang terstruktur dan terorganisir. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Toko, ditemukan bahwa beliau memberikan instruksi terkait tugas dan tanggung jawab karyawan secara terstruktur dan sesuai dengan jabatan masing-masing. Dalam situasi yang memungkinkan, instruksi disampaikan secara jelas dan mendetail. Kepala Toko memastikan bahwa setiap karyawan memahami tugas dan tanggung jawab

mereka secara mendalam, sehingga tidak ada kebingungan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Pendekatan ini membantu mengurangi kesalahan dan meningkatkan efisiensi operasional di toko. Hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa Kepala Toko memberikan penjelasan yang terstruktur dan detail. Karyawan merasa bahwa instruksi yang diberikan sangat membantu mereka dalam memahami apa yang diharapkan dan bagaimana cara melaksanakan tugas mereka dengan baik. Ini mencerminkan bahwa gaya komunikasi structuring yang diterapkan Kepala Toko efektif dalam membantu karyawan bekerja lebih terorganisir dan fokus.

Wawancara dengan pelanggan juga mengungkap bahwa baik Kepala Toko maupun karyawan memberikan informasi yang sangat baik mengenai produk terbaru dan promosi yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terstruktur tidak hanya berlaku untuk hubungan internal antara Kepala Toko dan karyawan, tetapi juga dalam pelayanan kepada pelanggan. Kepala Toko memastikan bahwa ada prosedur yang jelas untuk menangani permintaan pelanggan, dan karyawan tahu kapan harus melibatkan Kepala Toko dalam penyelesaian masalah. Pendekatan ini mendukung kepuasan pelanggan dan menjaga reputasi toko. Dari hasil observasi, peneliti mencatat bahwa Kepala Toko selalu memastikan karyawannya memahami tugas dan tanggung jawab mereka sesuai dengan jabatan masing-masing. Selain itu, Kepala Toko memastikan pelaporan kinerja dilakukan secara terstruktur. Setiap hari, karyawan diminta untuk melaporkan kemajuan atau hasil penjualan mereka secara keseluruhan. Praktik ini memungkinkan Kepala Toko untuk memantau kinerja secara lebih efektif dan mengambil tindakan yang

diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Gaya komunikasi structuring yang diterapkan di Indomaret Ciputat Raya 1 memiliki beberapa keuntungan utama. Pertama, ini menciptakan lingkungan kerja yang terstruktur dan terorganisir, membantu karyawan memahami tugas dan tanggung jawab mereka dengan jelas. Kedua, pendekatan ini memastikan bahwa instruksi dan perencanaan dilakukan secara rinci, mengurangi kemungkinan kesalahan dan meningkatkan efisiensi operasional. Ketiga, dalam pelayanan kepada pelanggan, gaya komunikasi ini memastikan ada prosedur yang jelas untuk menangani permintaan, yang mendukung kepuasan pelanggan dan menjaga reputasi toko.

### **Kualitas Pelayanan Karyawan Yang Menjadi Ukuran Dalam Indomaret Ciputat Raya 1**

Kualitas pelayanan dalam indomaret dapat diukur melalui berbagai indikator. Beberapa pelayanan yang dapat dijadikan ukuran dalam Indomaret meliputi :

#### **1) Kesadaran**

Kualiatas pelayanan kepala toko dengan karyawan dalam hal menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang yaitu merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati, dan keseimbangan dalam jiwa yang bersangkutan. Kesadaran yang terjadi pada karyawan memberikan pengetahuan dan keterbukaan informasi dalam kekuatan dan kelemahan setiap karyawan dalam hal komunikasi dan pelayanan pelanggan.

#### **2) Pelayanan Pelanggan**

Kualiatas pelayanan karyawan dalam menanggapi pertanyaan pelanggan sangat penting untuk menjaga kepuasan

pelanggan dan membangun hubungan positif. Misalnya dalam hal pemahaman produk, karyawan yang memiliki pengetahuan mendalam tentang produk atau layanan perusahaan dapat memberikan jawaban yang akurat dan membantu pelanggan membuat keputusan dalam berbelanja dan memberikan informasi seputar produk yang terbaru dan promosi yang sedang berjalan.

### 3) Aturan

evaluasi dari karyawan dalam hal kedisiplinan mencakup sejauh mana karyawan mematuhi aturan, norma, dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan seseorang. Dalam hal ini karyawan yang memiliki tingkat kehadiran yang baik, tiba tepat waktu, dan tidak sering absen tanpa alasan yang sah mencerminkan pelayanan yang tinggi, karyawan yang menggunakan waktu kerja secara efisien dan fokus pada tugas-tugas yang diberikan menunjukkan aturan yang dijalani sesuai dengan tanggung jawabnya.

### 4) Faktor internal

Kualitas pelayanan karyawan dalam internal merupakan kualitas pelayanan yang berfokus pada penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja dalam hal ini karyawan yang memiliki kedekatan dengan kepala toko lebih cenderung memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi karena kepala toko menciptakan lingkungan kerja yang positif pada karyawannya serta kepala toko memastikan bahwa semua karyawan memiliki satu tujuan dalam bekerja.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi Kepala Toko Indomaret Ciputat Raya 1 sangat berperan dalam meningkatkan

kualitas pelayanan karyawan. Kepala Toko menerapkan empat gaya komunikasi utama: friendly, controlling, equalitarian, dan structuring. Dalam gaya komunikasi friendly, Kepala Toko menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bersikap ramah, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan terbuka. Pada gaya controlling, meskipun tetap mengontrol dan memantau kinerja karyawan untuk memastikan efisiensi dan kepatuhan terhadap SOP, Kepala Toko lebih mengutamakan komunikasi dua arah dan partisipatif. Gaya equalitarian menjadikan gaya komunikasi utama dari kepala toko untuk bekerjasama dengan karyawan gaya komunikasi ekolitarian diterapkan dengan mendorong partisipasi aktif dari karyawan, memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan ide dan pendapat, menciptakan lingkungan kerja yang demokratis dan kolaboratif, Ya hanya itu gaya komunikasi equitarian style juga dapat berfungsi sebagai pelayanan kepada pelanggan karena ada Interaksi langsung dengan pelanggan sehingga pelanggan juga dapat terbantu kan atas permasalahan dalam menentukan produk yang ingin pelanggan beli

Gaya structuring ditandai dengan instruksi yang jelas dan terstruktur, memastikan karyawan memahami tugas dan tanggung jawab mereka dengan baik. Kualitas pelayanan karyawan diukur melalui indikator kesadaran, pelayanan pelanggan, aturan, dan faktor internal. Kesadaran mencerminkan pemahaman karyawan tentang kekuatan dan kelemahan mereka dalam komunikasi dan pelayanan. Pelayanan pelanggan menunjukkan kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan pelanggan dengan baik. Kedisiplinan karyawan dalam mematuhi aturan dan prosedur mencerminkan kualitas pelayanan yang tinggi. Faktor internal mencakup kualitas hubungan kerja

dan iklim kerja yang diciptakan oleh Kepala Toko, yang mendorong karyawan untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi. Keseluruhan, gaya komunikasi yang diterapkan oleh Kepala Toko Indomaret Ciputat Raya 1 menciptakan lingkungan kerja yang efektif, kolaboratif, dan harmonis, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas pelayanan karyawan.

### **Kesimpulan**

Kepala Toko secara efektif menerapkan berbagai gaya komunikasi, termasuk the equalitarian style, the structuring style, the friendly style, dan the controlling style. Penggunaan berbagai gaya ini bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan karyawan.

Kepala Toko secara sadar menghindari penggunaan gaya komunikasi the controlling style, dan mendepankan gaya komunikasi equalitarian style sebagai pengangannya untuk memimpin toko sehingga karyawan tidak memiliki pandangan yang negatif kepada kepala toko.

### **Referensi**

- Anggriawan, F. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 260-274.
- Dewi, N. N. C., & Panuju, R. (2018). Pengaruh Iklim Komunikasi Dan Gaya Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Sma Dwijendra Denpasar. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 6(2).
- Hakim, A. L. Pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap kualitas Pelayanan pada kantor pengawasan dan pelayanan bea Dan cukai tipe madya pabean a bogor (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Juarsa, E. (2016). Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Pramanik, N. D. (2020). Pengaruh komunikasi organisasi dan motivasi terhadap kinerja freelance di Jagoketik. com. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 1(3), 213-226.
- Limantoro, F. (2015). Pengaruh Gaya Komunikasi Direktur terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan di PT. Sumarni Mustajab Batu. *Jurnal e-komunikasi*, 3(2).
- Yetnimar, Y., Nurjannah, N., & Rasyid, A. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Budaya Organisasi Dengan Perubahan Organisasi Karyawan Di Universitas Abdurrab. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 9(2), 567-589.
- Tahalele, O. (2022). GAYA KOMUNIKASI YANG EFEKTIF PADA LINGKUNGAN ORGANISASI PUBLIK. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 1(9), 1951-1964.
- Lubis, N. K., & Nasution, A. I. L. (2023). Pengaruh Sistem Penghargaan dan Gaya Komunikasi Pimpinan Untuk Meningkatkan Produktivitas Kinerja Karyawan (Studi Kasus Panglong Lucky Centra Jalan Besar Tembung). *Management Studies and*

- Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(1), 466-475.
- Sari, P. P., & Basit, L. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 47-60.
- Sari, I. Y. (2019). HUBUNGAN GAYA KOMUNIKASI KEPALA RUANGAN DENGAN KINERJA PERAWAT PELAKSANA DI RUANG RAWAT INAP. *Jurnal Kesehatan STIKES Darul Azhar Batulicin*, 8(1).
- Siregar, N. S. S. (2020). Komunikasi Terapeutik Tenaga Kesehatan terhadap Pasien Rawat Inap dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Haji Medan. *Inovasi*, 17(1), 21-30.
- Sopian, S. S., Hubeis, A. V. S., & Hapsari, D. R. GAYA KOMUNIKASI KETUA KELOMPOK WANITA TANI (STUDI KASUS KWT PUSPASARI DI KOTA BOGOR) A CASE STUDY ON PUSPASARI WOMEN FARMERS GROUP (WFG) IN BOGOR: EXPLORING LEADER'S COMMUNICATION STYLE.
- Solihat, M. (2015). Kepemimpinan dan gaya komunikasi. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 4.
- Utari, S., & Hadi, M. M. (2020). Gaya Kepemimpinan Demokratis Perpustakaan Kota Yogyakarta (Studi Kasus). *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 6(1), 994-1002.
- Sucia, V. (2017). Pengaruh gaya komunikasi guru terhadap motivasi belajar siswa. *Komuniti: jurnal komunikasi dan teknologi informasi*, 8(5), 112-126.
- Taufik, Z. F., & Hayati, C. (2023). GAYA KOMUNIKASI APARATUR SIPIL NEGARA GENERASI Z DI DINAS TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI PROVINSI JAWA TIMUR. *JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES*, 1(6), 182-189.
- Tahalele, O. (2022). GAYA KOMUNIKASI YANG EFEKTIF PADA LINGKUNGAN ORGANISASI PUBLIK. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 1(9), 1951-1964.
- Yetnimar, Y., Nurjannah, N., & Rasyid, A. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Budaya Organisasi Dengan Perubahan Organisasi Karyawan Di Universitas Abdurrab. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 9(2), 567-589.
- Wumbu, Y. L. E. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 1(3), 92-99.
- Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 25-35

### **Setelah Penerimaan**

Bukti dan Hak Cipta  
Bukti akan dikirim melalui email ke penulis korespondensi yang terdaftar.

Setiap koreksi harus dikembalikan dalam waktu satu minggu sejak diterimanya dan hanya mencakup kesalahan penyusunan huruf. Semua koreksi dan formulir hak

cipta yang ditandatangani harus dikembalikan kepada kami dalam satu komunikasi. Proofreading sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.