

MADHANGI:
Jurnal Ilmu Komunikasi

URL Jurnal: <https://mpuantular.ac.id/ojsfikom>



**KOMUNIKASI GAYA KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI KINERJA KARYAWAN PT PFIZER INDONESIA AREA SOLID
PACKAGING**

***LEADERSHIP STYLE COMMUNICATION IN IMPROVING EMPLOYEE
PERFORMANCE MOTIVATION AT PT PFIZER INDONESIA AREA SOLID
PACKAGING***

Rezza Andriansyah, Sitinah², Tri Adi Sarwoko³

Public Relations, Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular¹

Public Relations, Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular²

Public Relations, Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular³

Email Korespondensi: rezzaandriansyah141298@gmail.com,
ibusitinah@gmail.com, triadi.sarwoko@gmail.com

ABSTRAK:

Gaya kepemimpinan merupakan salah satu topik yang menarik untuk di bahas dan umumnya berdampak positif pada kemajuan suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan organisasi tentunya diperlukan karyawan yang sesuai dengan kriteria dalam organisasi. Hal itu salah satu modal bagi organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka kinerja karyawan adalah hal yang harus diperhatikan pemimpin dan kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh seberapa baik pemimpin organisasi dalam berkomunikasi dengan anggota tim mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi gaya kepemimpinan PT Pfizer Indonesia area solid packaging dalam meningkatkan motivasi kinerja karyawan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah gaya kepemimpinan transformasional yang dikembangkan lebih lanjut oleh Bernard Morris Bass tentang empat komponen transformasional yaitu, Pengaruh Ideal (Idealized Influence), Stimulasi Intelektual (Intellectual Stimulation), Pertimbangan individu (Individualized Consideration), dan Motivasi Inspirasional (Inspirational Motivation), serta menggunakan teori motivasi David C McClelland tentang 3 kebutuhan seseorang yaitu, kebutuhan akan prestasi (need for achievement), Kebutuhan

Info Artikel:

Riwayat Artikel:

Diterima:

13 Maret 2023

Direvisi:

10 April 2023

Disetujui:

5 Oktober 2023

Dipublikasikan:

1 November
2023

akan afiliasi (need for affiliation), dan kebutuhan akan kekuasaan (need for power). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi kepustakaan. hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional di PT Pfizer Indonesia area solid packaging dapat memberikan role model seorang pemimpin yang bisa menumbuhkan motivasi dan semangat dalam bekerja.

Kata Kunci: Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Kinerja Karyawan

ABSTRACT:

Leadership style is one of interesting topics to be discussed and generally has positive effects on the progress of an organization. To achieve the organizational goals, employees, who meet the criteria of the organization itself, are needed. It is included as a basic thing for an organization in order to accomplish their desired goals, then employee performance is something that a leader should pay attention to and it can also be influenced by how well the leader of an organization communicates with their team members. This study aimed to analyze the leadership style communication at the solid packaging area of PT Pfizer Indonesia in improving employee performance motivation. Theory used for this study was the transformational leadership style, which was further developed by Bernard Morris Bass regarding four transformational components, namely, Idealized Influence, Intellectual Stimulation, Individualized Consideration, and Inspirational Motivation. David C McClelland's theory of motivation about a person's 3 needs, namely, need for achievement, need for affiliation, and need for power also being used for this study. The writer utilized a qualitative descriptive approach as the research methodology, by using observation, interview, documentation, and literature study for data collection. The result of this research showed that the transformational leadership style at the solid packaging area of PT Pfizer Indonesia can be a role model of a leader, who can foster motivation and enthusiasm at work.

Key Words: *Leadership Style, Motivation, Employee Performance*

PENDAHULUAN

Komunikasi menjadi faktor yang sangat penting dalam sebuah organisasi, karena untuk mencapai visi dan misi organisasi harus dengan membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih sehingga dapat mengimplementasikan suatu rencana yang menghasilkan perubahan yang lebih positif, dengan adanya komunikasi yang baik informasi yang ada di

organisasi dapat diketahui secara bersama di antara para karyawan, serta dengan komunikasi bisa menentukan berhasil atau tidaknya seorang pemimpin dalam menjalankan tugasnya (Lasmi et al., 2022).

Pemimpin organisasi harus mampu berkomunikasi dengan jelas, singkat, dan tepat dengan karyawannya sehingga semua orang tahu apa yang diharapkan dari mereka dan bagaimana memenuhi harapan tersebut. Agar sekelompok orang dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi, pemimpin harus mampu membujuk bawahannya untuk melakukannya (Midianto, 2019). Karena itu, pemimpin juga harus dapat memberi motivasi atau dorongan. Motivasi menggambarkan kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam mengejar tujuan mereka, serta hambatan yang mereka hadapi di sepanjang jalan (Robbins & Judge, 2015).

Peneliti akan melihat komunikasi gaya kepemimpinan yang ada di PT Pfizer Indonesia area *solid packaging*. Memang, pimpinan PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* sudah berupaya memotivasi dan menyampaikan hal-hal yang baru ke karyawan sehingga karyawan produktif dalam bekerja. Memotivasi karyawan untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik adalah tanggung jawab pemimpin. Ada banyak cara untuk memimpin, tetapi salah satu yang paling penting adalah menginspirasi bawahan untuk bekerja sama dan berupaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan untuk mereka.

Komunikasi gaya kepemimpinan seorang pemimpin dengan karyawannya memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja timnya dalam rangka mencapai tujuan yang optimal. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang bagaimana “Analisis Komunikasi Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Karyawan (Studi Pada PT Pfizer Indonesia Area Solid Packaging.”

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah bentuk pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang berada di dalam suatu organisasi, komunikasi organisasi juga dapat dikatakan sebagai proses yang terjadi dan muncul dalam suatu organisasi berupa penyampaian, penerima hingga pertukaran informasi dan pesan. Dengan tujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang sudah ditetapkan oleh bersama, dalam hal ini adalah para anggota dari organisasi tersebut dan komunikasi dalam organisasi merupakan ilmu yang mempelajari cara berinteraksi dalam sebuah organisasi (Evi Zahara, 2018).

Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah seseorang yang bertindak mempengaruhi orang lain agar orang tersebut mau bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berhasil tidaknya suatu organisasi salah satunya ditentukan oleh kepemimpinan yang memimpin organisasi, bahkan maju mundurnya suatu

organisasi sering diidentikkan dengan perilaku kepemimpinan dari pimpinannya (Usman, 2019). Dalam Robert N. Lussier and Christopher F. Achua, 2010: 6 pemimpin juga merupakan proses untuk mempengaruhi tidak hanya dari pimpinan kepada pengikut atau satu arah, melainkan timbal balik atau dua arah. Pengikut yang baik juga dapat saja memunculkan kepemimpinan dengan mengikuti kepemimpinan yang ada dan pada derajat tertentu memberikan umpan balik kepada pemimpin (Solikin et al., 2017: 92).

Gaya Kepemimpinan

Dalam setiap organisasi terdapat pemimpin yang akan mengarahkan dan memberdayakan potensi anggota organisasi dengan gaya kepemimpinan yang berbeda-beda. Tentunya dalam hal ini, sebagai seorang pemimpin memiliki cara tersendiri dalam mempraktekkan kepemimpinannya untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam setiap organisasi serta hasil pengaruh yang memadai. Gaya kepemimpinan adalah pola perilaku seseorang secara menyeluruh untuk mempengaruhi perilaku orang lain dalam melakukan sesuatu atau bisa dikatakan seorang bisa dianggap baik dan tepat jika ia sesuai dalam menjalankan peran gaya kepemimpinannya di suatu organisasi (Tewal et al., 2017: 214).

Gaya Kepemimpinan Transformasional

Konsep kepemimpinan transformasional pertama kali diperkenalkan oleh James Victor Downton (1973) kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh pakar kepemimpinan dan penulis biografi presiden dari Amerika Serikat yaitu, James McGregor Burns (1978) dengan mengemukakan tentang konsepsi kepemimpinan transformasional yang dapat dilihat ketika pemimpin dan pengikut saling membuat kemajuan ke tingkat moralitas dan motivasi yang lebih tinggi, pemimpin yang mampu menginspirasi pengikut untuk mengubah harapan, persepsi, dan motivasi untuk bekerja menuju tujuan bersama. Lalu teori transformasional ini dikembangkan lebih lanjut oleh Bernard Morris Bass (1985) seorang sarjana Amerika Serikat di bidang studi kepemimpinan dan perilaku organisasi. Dia adalah profesor emeritus terkemuka di School of Management di Binghamton University, di mana dia juga direktur pendiri pusat studi kepemimpinan. Dia adalah pemimpin redaksi pendiri Leadership Quarterly, dalam kaitannya dengan kepemimpinan transformasional ia mengatakan bahwa:

"Transformational leaders transform the personal values of followers to support the vision and goals of the organization by fostering an environment where relationships can be formed and by establishing a climate of trust in which visions can be shared". Sedangkan secara operasionalnya Bernard Bass memaknai bahwa kepemimpinan transformasional adalah "*Leadership and performance beyond expectations.*"

Penjelasan di atas dapat disimpulkan, seorang pemimpin transformasional harus mampu mentransformasikan secara optimal tentang sumber daya

organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang bermakna sesuai dengan target yang telah ditentukan. Seperti: Sumber daya manusia, Fasilitas, dana, dan faktor eksternal organisasi. Sedangkan dalam indikatornya, dengan cara memberikan pembaharuan, memberi teladan, mendorong kinerja bawahan, mengharmoniskan lingkungan kerja, memberdayakan bawahan, bertindak atas sistem nilai, serta meningkatkan kemampuan dan mampu menghadapi dalam situasi yang rumit (Sofiah Sinaga et al., 2021:843). Konsep kepemimpinan transformasional terdiri dari 4 komponen yang dimana Bernard Morris bass menyarankan bahwa kepemimpinan transformasional harus memiliki:

1. Pengaruh yang di idealisasikan (Idealized Influence), Pemimpin transformasional berfungsi sebagai panutan bagi pengikutnya. Mereka tidak hanya memimpin tapi mereka juga memberikan contoh nyata. Di dalam pengaruh ideal ini terdapat 6 aspek di antaranya yaitu; teladan, jujur, berwibawa, memiliki semangat, memberikan pujian, dan berekspresi.
2. Stimulasi intelektual (Intellectual Stimulation), Pemimpin Transformasional tidak hanya menantang status quo; mereka juga mendorong kreativitas di kalangan anggota tim. Pemimpin mendorong anggota timnya untuk mengeksplorasi cara-cara baru dalam melakukan sesuatu dan kesempatan baru untuk belajar. Di dalam stimulasi intelektual ini terdapat 6 aspek di antaranya yaitu; inovatif, profesional, mengevaluasi diri, mengembangkan ide baru, melibatkan bawahan, dan kreatif.
3. Pertimbangan secara pribadi (Individual Consideration), Kepemimpinan transformasional juga melibatkan, menawarkan dukungan dan dorongan kepada masing-masing individu dalam tim. Mereka juga menjaga jalur komunikasi tetap terbuka sehingga anggota tim merasa bebas untuk berbagi ide dan memberikan pengakuan langsung dari kontribusi unik dari setiap anggota tim. Di dalam konsiderasi individu terdapat 6 aspek di antaranya yaitu; toleransi, adil, memberdayakan karyawan, demokratif, partisipatif, dan memberikan penghargaan.
4. Motivasi Inspirasional (Inspirational Motivation), Pemimpin transformasional memiliki visi yang jelas. Mereka mampu mengartikulasikan visi mereka kepada anggota tim. Di dalam motivasi inspirasi terdapat 6 aspek di antaranya yaitu; memberikan motivasi, memberikan inspirasi pada pengikut, percaya diri, meningkatkan optimisme, dan memberikan semangat pada kelompok.

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi perilaku manusia, motivasi disebut juga sebagai dorongan, keinginan, pendukung atau kebutuhan- kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat untuk melakukan tindakan karena mereka ingin melakukannya.

Serta Motivasi bertujuan untuk mengarahkan daya potensi bawahan, agar mau bekerja sama produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Pamela & Oloko (2015) mendefinisikan motivasi sebagai kunci dari organisasi yang sukses untuk menjaga kelangsungan pekerjaan dalam organisasi dengan cara dan bantuan yang kuat untuk bertahan hidup. Motivasi adalah memberikan bimbingan yang tepat atau arahan, sumber daya dan imbalan agar mereka terinspirasi dan tertarik untuk bekerja dengan cara yang anda inginkan (Katarina & Kusumayadi, F., 2021: 200).

McClelland's Achievement Motivation Theory atau teori tentang kebutuhan manusia diperkenalkan oleh David McClelland bersama dengan rekan-rekannya pada tahun 1961. Teori ini masih relevan sampai sekarang ini karena mengaitkan tentang motivasi seseorang yang didasarkan pada kebutuhan manusia modern. Teori ini, berpendapat bahwa karyawan memiliki kekuatan atau dorongan motivasi individu dan melihat situasi serta peluang yang tersedia (Tewal et al., 2017: 126-129). Energi akan dimanfaatkan karyawan karena di dorong oleh faktor: 1) kekuatan motif dan kebutuhan dasar yang terlibat, 2) harapan keberhasilannya, 3) nilai intensif yang terlekat pada tujuan. Lalu David McClelland mengelompokkan tiga kebutuhan manusia yang dapat memotivasi gairah bekerja, yaitu:

A. Kebutuhan akan prestasi (*Need for achievement*)

Kebutuhan akan prestasi adalah daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang. Karena itu *need for achievement* akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengarahkan semua kemampuan atau potensi serta energi yang dimilikinya demi mencapai prestasi kerja yang optimal. Tentunya karyawan akan merasa antusias untuk berprestasi tinggi, ketika sudah diberikan kesempatan oleh pimpinan. Karyawan menyadari bahwa hanya dengan mencapai prestasi kerja yang tinggi berpeluang memperoleh pendapatan yang besar ataupun jenjang karier yang jelas serta dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

B. Kebutuhan akan afiliasi (*Need for affiliation*)

Kebutuhan afiliasi ini merupakan suatu penggerak yang akan memotivasi semangat bekerja seseorang. Seseorang karena *need for affiliation* ini akan memotivasi dan mengembangkan dirinya serta memanfaatkan semua energinya untuk menyelesaikan tugas-tugas pekerjaannya. Maka dapat dikatakan bahwa seseorang akan termotivasi apabila ada kebutuhan akan afiliasi. Kebutuhan afiliasi merupakan suatu keinginan untuk melakukan hubungan yang bersahabat dan dekat dengan orang lain.

C. Kebutuhan akan kekuasaan (*Need for power*)

Kebutuhan akan kekuasaan ini merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seorang karyawan, karena itu *need for power* ini yang merangsang dan memotivasi gairah kerja seseorang serta mengerahkan semua kemampuan demi kekuasaan atau kedudukan yang terbaik dalam

organisasi. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa ego manusia ingin lebih memiliki kekuasaan dari manusia lainnya, sehingga ada persaingan.

Dengan adanya persaingan ini oleh pimpinan ditumbuhkan secara sehat dalam memotivasi bawahannya, agar karyawannya dapat termotivasi untuk bekerja lebih produktif. Serta dalam memotivasi para bawahan para pimpinan hendaknya menyediakan peralatan, membuat suasana pekerjaan yang baik dan memberi kesempatan untuk promosi ke jenjang yang lebih jelas arahnya, sehingga memungkinkan para bawahan meningkatkan semangat kerjanya untuk mencapai *need for power* yang diinginkan. Tentunya dalam hal ini untuk mengerahkan suatu potensi yang dimiliki untuk mencapai keinginan yang mereka harapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bagi Moleong (2018: 6) adalah penelitian yang tujuan utamanya untuk lebih memahami fenomena yang dihadapi partisipan penelitian. Secara deskriptif menggunakan susunan kata dan bahasa dalam konteks alamiah tertentu, misalnya perilaku, persepsi, tindakan, dan sebagainya. Dengan kata lain, suatu fenomena dalam konteks sosial dapat dipahami secara kritis dan mendalam, dengan jaminan bahwa apa yang diuraikan kemudian dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Metode analisa data dalam penelitian ini menggunakan model dari Miles dan Huberman 1984 menggunakan teknik pengumpulan data seperti kondensasi, pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Rijali, 2019: 83). Penelitian ini data yang dikumpulkan nantinya akan diidentifikasi kesamaannya lalu akan di klasifikasikan atau di kelompokkan dengan tujuan untuk memudahkan proses penyaringan atau penyortiran pada tahap selanjutnya.

Menurut Sugiyono (2007: 270) uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari uji *credibility* (validitas internal), uji *transferability* (validitas eksternal), uji *dependability* (reliabilitas), dan uji *confirmability* (objektivitas). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas untuk menguji keabsahan data. Uji kredibilitas data dilakukan menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara dan berbagai waktu.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber bertujuan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Tentunya dalam hal ini dengan tujuan agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan diakui kebenarannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penelitian pada area *solid packaging* PT Pfizer Indonesia dapat dikatakan bahwa komunikasi gaya kepemimpinan sangat dibutuhkan dalam meningkatkan motivasi kinerja karyawan. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai komunikasi gaya kepemimpinan maka akan di bahas secara mendalam dengan merujuk pada teori kepemimpinan transformasional yang di kemukakan oleh Bernard Morris Bass yang akan di jabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh ideal (*idealized influence*)

Pengaruh ideal atau disebut juga sebagai pemimpin yang kharismatik, di mana pemimpin memberi *sense of mission* dan *sense of vision*, memunculkan rasa bangga, serta mendapatkan *respect* dan kepercayaan bawahan, dengan kata lain dimana pengikut memiliki keyakinan yang mendalam pada pemimpinnya, merasa bangga bisa bekerja dengan pemimpinnya, dan mempercayai kapasitas pemimpinnya dalam mengatasi setiap permasalahan. Dengan adanya komunikasi gaya kepemimpinan tentunya berdampak positif bagi performa individu karyawan, jika karyawan memiliki performa kerja yang bagus tentu nya organisasi dapat mencapai tujuannya, hal itu karena adanya dorongan peranan pemimpin yang berkharisma dalam mengomunikasikannya secara langsung ke tim.

2. Stimulasi Intelektual (*Intellectual Stimulation*)

Stimulasi intelektual dapat berupa inovasi dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan merangsang timbulnya cara pandang baru dalam melihat permasalahan, berpikir, dan berimajinasi, serta dalam menetapkan nilai-nilai kepercayaan. Dalam hal ini pemimpin PT Pfizer Indonesia pada area *solid packaging* selalu mengembangkan ide baru serta di implementasikan. Tentunya pemimpin ini melibatkan bawahan dalam perencanaan untuk terlibat dalam rangka mencapai tujuan.

3. Pertimbangan Individu (*Individual Consideration*)

Pertimbangan individu bisa dikatakan sebagai pemimpin yang mampu memberikan perhatian pribadi, mengenali kemampuan karyawannya, mendelegasikan wewenang, membimbing, membina serta mengidentifikasi kebutuhan karyawannya, serta dapat memberikan saran. Dalam hal individual consideration ini, pemimpin transformasional dapat dicirikan sebagai pemimpin yang mampu memberikan perlindungan (mengayomi) dan menciptakan rasa aman dan nyaman para pengikutnya. Dengan demikian dalam dimensi ini, pemimpin transformasional digambarkan sebagai seorang pemimpin yang mau mendengarkan dengan penuh perhatian masukan-masukan dari bawahan secara khusus untuk meningkatkan sumber daya manusia pada komponen organisasi perusahaan.

4. Motivasi Inspirasi (*Inspirational Motivation*)

Motivasi inspirasi merupakan pemimpin transformasional yang menginspirasi, serta dapat memiliki dorongan dalam memotivasi anggotanya dan juga dapat menumbuhkan kepercayaan diri anggotanya untuk bekerja mencapai tujuan yang diinginkan, dalam artian memiliki kemampuan diri kompetensi mengembangkan sumber daya manusia dalam organisasi dan sekaligus dapat merangsang produktivitas terhadap peningkatan kinerja anggotanya.

Berdasarkan dari hasil wawancara, pemimpin PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* dalam menjalankan komunikasi gaya kepemimpinannya sudah berusaha memberikan dampak yang baik serta sudah memberikan contoh perilaku ke karyawan agar bekerja secara efektif dan efisien. Mengenai strtaegi inovasi, berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pemimpin di PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* sudah dapat dipastikan memiliki strategi dalam berinovasi untuk meningkatkan kualitas obat yang lebih unggul dan sebagai upaya untuk memfasilitasi ide-ide kreatif dari seorang karyawan. Selain itu, dari aspek pertimbangan individu, pemimpin PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* memiliki jiwa toleransi yang tinggi, bersikap adil terhadap karyawan-karyawannya, mampu menerima pendapat dan saran dari setiap bawahannya untuk menentukan keputusan secara bersama juga memberikan penghargaan kepada karyawannya yang berprestasi dan akan mendapatkan timbal balik sesuai dengan kinerjanya.

Berdasarkan pada aspek motivasi inspirasi dapat disimpulkan bahwa pemimpin PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* merupakan sosok pemimpin menginspirasi dan mampu mengkomunikasikan harapan yang tinggi agar karyawan memiliki kejelasan dari tujuan yang sudah dicapai. Hal itu terbukti pada hasil wawancara bersama beberapa *supervisor* yang ada di PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* yang mengatakan di Pfizer gunanya ada sistem *one on one* keluarga seperti kesulitan jam lembur *overtime* maka akan di bantu dikasih aktivitas yang terpenting tetap produktif hal tersebut jadi ada komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan. Hal tersebut merupakan salah satu cara seorang pemimpin di PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* untuk memberikan kepuasan kepada para bawahannya dan dapat meningkatkan semangat kerja karyawan.

Berdasarkan dari hasil penelitian *supervisor*, *team leader* dan *business partner supervisor* sudah menjelaskan mengenai pentingnya motivasi yang ada di PT Pfizer Indonesia dalam meningkatkan kinerja karyawannya, dalam hal ini menunjukkan pemimpin PT Pfizer Indonesia sudah berupaya menjalankan peranan kepemimpinannya dalam memberikan dampak positif pada individu setiap karyawan agar dapat mengembangkan potensi ataupun kemampuannya di setiap aktivitas pekerjaannya.

Dinilai berdasarkan teori kebutuhan motivasi yang dikemukakan oleh David McClelland. Kebutuhan berprestasi (*Need for achievement*) dalam hal ini pimpinan PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* telah memberikan pelatihan dengan cara membuat suasana kerja yang menyenangkan karena

itu sangat positif baginya juga memberikan apresiasi sekecil apapun kinerja yang dihasilkan bawahannya. Dari segi kebutuhan akan afiliasi (*Need for affiliation*), PT Pfizer Indonesia area *solid packaging* masih aman efektif, untuk aktivitas di pekerjaan, mengutamakan kualitas, maka dari itu semua kalangan dari atas sampai bawah terus berupaya membuat produk yang berkualitas bagus dan unggul. Kebutuhan akan kekuasaan (*Need for power*) yang ada pada pimpinan PT Pfizer Indonesia ditunjukkan dengan pemimpin memotivasi karyawan dengan ucapan dan mengingatkan bekerja dengan hati-hati, bekerja secara teliti serta wajib melaporkan jika ada penemuan yang menyimpang diluar prosedur pekerjaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada penelitian, maka hasil penelitian komunikasi gaya kepemimpinan PT Pfizer Indonesia dapat disimpulkan bahwa peranan pemimpin yang berkharisma atau transformasional dalam meningkatkan motivasi kinerja karyawan dapat memberikan *role model* pemimpin yang sesuai dengan tanggung jawabnya, memiliki karakter amanah dalam menyampaikan informasi seperti penyesuaian target ke karyawan, memiliki kepercayaan dan optimis bisa meningkatkan kinerja karyawannya, serta dapat menumbuhkan motivasi dan semangat dalam bekerja dengan cara memberikan apresiasi dan *rewards* untuk karyawan. Namun terbilang masih ada peranan pemimpin yang cuek terhadap karyawan, itu yang membedakan dari pemimpin ekspresif yang ada di PT Pfizer Indonesia area *solid packaging*.

Saran yang disampaikan adalah peningkatan interaksi dan pendekatan secara langsung, ketika karyawan bekerja selalu di *support* dan diajak diskusi karena kepemimpinan yang baik dalam memotivasi kinerja para karyawannya akan mencapai hasil tujuan organisasi yang optimal. kedua, pemimpin juga harus memperhatikan keluh kesah seorang karyawan dalam bekerja.

Daftar Pustaka

- Edy, S. (2016). *manajemen sumber daya manusia* (cetakan ke). Kencana.
- Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi. *Jurnal Warta*, 1829–7463(April), 8.
- Katarina, & Firmansyah Kusumayadi. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karywan Pada CV.Makmur Jaya Abadi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 199–204.
- Moleong, lex y j. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhaliza, I., Mayvita, P. A., Islam, U., Muhammad, K., & Banjarmasin, B.

- (2021). *Meningkatkan Kinerja Karyawan Id Express Kota Banjarmasin*. 4.
- Pfizer. (n.d.). *Pabrik Pfizer Di Indonesia*. Pfizer.Co.Id. <https://www.pfizer.co.id/our-products/how-drugs-are-made/pabrik-pfizer-di-indonesia#:~:text=Pabrik Pfizer di Indonesia&text=Melalui Unit Bisnis Pfizer Global,%2C Brunei%2C dan Hong Kong>
- Robbins, & Judge. (2015). *perilaku organisasi* (ke 10, p. 127). Salemba empat.
- Simamora, P. R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi* (K. & Hutahean (ed.); 1st ed.). yayasan kita menulis. kitamenulis.id
- Sofiah Sinaga, N., Aprilinda, D., & Putra Budiman, A. (2021). Konsep Kepemimpinan Transformasional. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(7), 840–846. <https://doi.org/10.36418/cerdika.v1i7.123>
- Solikin, A., Fatchurahman, M., & Supardi, S. (2017). Pemimpin Yang Melayani Dalam Membangun Bangsa Yang Mandiri. *Anterior Jurnal*, 16(2), 90–103. <https://doi.org/10.33084/anterior.v16i2.41>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tewal, B., Adolfina, Pandowo, & Tawas. (2017). *Perilaku Organisasi* (1st ed.). CV. Patra Media Grafindo.
- Usman, H. (2019). *kepemimpinan Efektif: Teori, Penelitian, & Praktek* (B. S. Fatmawati (ed.); 1st ed.). Bumi Aksara.