

ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. BECOM SOLO



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh :
MUHAMMAD SYAIKHAN AL ZAIDAN
L 100 180 156**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. BECOM SOLO

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MUHAMMAD SYAIKHAN AL ZAIDAN

L100180156

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Budi Santoso, S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. BECOM SOLO

Oleh

MUHAMMAD SYAIKHAN AL ZAIDAN

L100180156

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat, 27 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Budi Santoso, S.Sos., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Yudha Wirawanda, S.I.Kom., M.A.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Joko Sutarso, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan,



(.....)

Wahyuni, S.T., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 Januari 2023

Yang menyatakan



Muhammad Syaikh Al Zaidan

L100180156

ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. BECOM SOLO

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi di PT. Becom, Solo. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari subyek penelitian atau lapangan melalui wawancara dengan narasumber yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini berupa informasi yang dikumpulkan peneliti melalui pihak lain yang didapatkan dari dokumen-dokumen, jurnal-jurnal, serta literature yang sesuai dengan kajian penelitian ini. Adapun teknik-teknik yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model interaktif yang terdiri dari 3 tahap yaitu reduksi data, display data atau penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi yang dilakukan di PT. Becom, Solo memiliki pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang, dimana pemimpin organisasi yang berperan sebagai pengambil keputusan tetap melibatkan berbagai karyawan dalam setiap proses pengambilan keputusan.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Organisasi, PT. Becom Solo

Abstract

This study aims to determine the pattern of organizational communication in PT. Becom, Solo. This research is a type of qualitative research with a descriptive research design. The data used in this study consisted of primary data and secondary data. Primary data is data that is directly collected by researchers from research subjects or fields through interviews with selected informants using purposive sampling techniques. While the secondary data in this study was in the form of information collected by researchers through other parties obtained from documents, journals, and literature in accordance with this research study. The techniques used by the author to collect data are interviews, documentation and observation. The data analysis technique used is an interactive model consisting of 3 stages, namely data reduction, data display or data presentation, and drawing conclusions. The results of this study found that the pattern of communication carried out at PT. Becom, Solo has a wheel communication pattern and star communication pattern, in which organizational leaders act as decision makers still involve various employees in every decision-making process.

Keywords: Communication Patterns, Organization, PT. Becom Solo

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari. Komunikasi sendiri diartikan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai suatu tujuan. Melalui komunikasi seseorang mampu terhubung dengan orang lain, serta mampu menyampaikan pesan berupa gagasan atau informasi melalui suatu media kepada penerima pesan agar mampu memahami pesan yang dimaksud pengirim (Firmansyah, 2020). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran komunikasi sebagai pondasi dasar yang menghubungkan manusia satu dengan manusia lainnya.

Pentingnya peran komunikasi dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya sebatas komunikasi antar individu, tetapi juga dalam suatu lingkup organisasi yang melibatkan banyak orang (Zahara, 2018). Komunikasi dalam organisasi merupakan proses pengiriman serta penerimaan berbagai pesan organisasi, baik pada organisasi formal maupun informal (Safaria, 2004). Wayne & Don (dalam Astuti, 2022) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu sebagai bagian dari proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Goldhaber (Zahara, 2018) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Wattanapanit (2019) menjelaskan bahwa dalam suatu organisasi, komunikasi adalah alat penting yang menghubungkan antar anggota organisasi sehingga dapat memberikan berbagai manfaat bagi organisasi. Oleh sebab itu, salah satu tujuan penting komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan adalah untuk mengkoordinasikan antar bagian departemen dalam mengirimkan informasi dan mengatur jalannya seluruh proses kerja secara efektif (Wahyuni, 2020). Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi, organisasi dapat macet dan berantakan (Lumentut, 2017).

PT. Berlian Communication (BeCom) Solo, yang beralamat di Jalan Kartopuran No. 111 Jayengan, Serengan, Surakarta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *event organizer* atau *marketing event* di Kota Surakarta, yang sudah berdiri sejak 28 april 2001. Adapun

jenis jasa yang ditawarkan meliputi jasa periklanan dan promosi pemasaran, penyedia pekerja buruh SPG, SPB disnaker, *Advertising, planner exhibition, launching product, promotion, contruction, entertainment dan convention*. PT. BeCom Solo sendiri bermula dari sebuah program kecil dengan segala keterbatasannya. Seiring berjalanya waktu PT. BeCom Solo bertransformasi menjadi sebuah perusahaan terkemuka di Kota Solo yang selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik, terpercaya dan berkualitas kepada para kliennya. Meskipun di Kota Solo sendiri memiliki beberapa perusahaan serupa, namun PT. BeCom Solo tetap sendiri tetap menjadi pilihan utama bagi banyak perusahaan besar dalam menjalannya *event* yang diadakan. PT. BeCom merupakan salah satu *event organizer* yang administratif profesional di semua bidang, berbadan hukum, mempunyai nomor pokok wajib pajak. Tidak semua bidang *event organizer* memiliki hal tersebut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya *event-event* besar yang di tangani oleh PT. BeCom Solo.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *event organizer*, PT. BeCom Solo memiliki tugas dan tanggung jawab untuk merancang dan menghasilkan sebuah acara yang menarik, kreatif, dan bernilai tinggi. Oleh sebab itu, agar suatu acara atau *event* dapat berjalan dengan baik, dibutuhkan suatu pola komunikasi organisasi yang baik serta efektif bagi seluruh divisi organisasi dengan tujuan agar acara yang berlangsung dapat sukses dan bernilai tinggi serta sehingga klien merasa puas dengan pelayanan *event organizer* serta mendapat *feedback* positif dari para audiens. Sebagai suatu *event organizer* yang banyak mengelola *event* nasional maupun internasional, PT. BeCom Solo memiliki banyak pengalaman serta jam terbang tinggi sehingga dipercaya oleh banyak perusahaan besar dalam menjalannya *event* yang diadakan. Hal ini tentunya menarik untuk diteliti, karena mengelola dan melaksanakan suatu *event* membutuhkan suatu pola komunikasi yang baik serta efektif, mengingat bahwa terdapat banyak unit atau divisi yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing demi suksesnya suatu acara.

Hasil penelitian Mendrofa & Syafi'i (2019) yang menganalisis Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Eksistensi Komunitas Marga Parna di Kota Batam menemukan bahwa pola komunikasi yang terjadi pada kelompok Marga Parna dalam meningkatkan keunggulan sangat baik yaitu pola komunikasi yang terjadi secara rutin adalah komunikasi roda pola, pola komunikasi lingkaran, pola komunikasi Y, dan bintang pola komunikasi, sedangkan pola komunikasi yang kurang maksimal terjadi dalam kelompok Marga Parna adalah pola komunikasi Rantai. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Oktaviana (2018) menemukan bahwa dalam menumbuhkan

komitmen karyawan, PT. Digital Suplai Indonesia menggunakan dua pola komunikasi yaitu pola komunikasi atau semua saluran dan pola komunikasi roda.

Melalui dua penelitian tersebut, penulis dibantu dalam menganalisis pola komunikasi organisasi PT. BECOM. Alasan peneliti memilih PT. BECOM sebagai lokasi penelitian yaitu Meskipun di Kota Solo sendiri memiliki beberapa perusahaan event organizer yang serupa, namun PT. BeCom Solo tetap sendiri tetap menjadi pilihan utama bagi banyak perusahaan besar dalam menjalannya event yang diadakan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya event-event besar yang di tangani oleh PT. BeCom Solo. Berdasarkan latar belakang serta beberapa penelitian sebelumnya maka rumusan masalah yang ingin dikaji pada penelitian ini yaitu Bagaimana pola komunikasi organisasi yang ada didalam PT. Becom, Solo?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi organisasi di PT. Becom, Solo.

1.2 Teori Terkait

1.2.1 Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus (Lumentut, 2017). Pola komunikasi merupakan suatu sistem penyampaian pesan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dan pengoperan perangsang untuk mengubah tingkah laku individu lain (Iskandar, 2020). Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2011). Joseph A. Davito (Fitriani, 2017) menjelaskan bahwa terdapat beberapa bentuk pola komunikasi, diantaranya yaitu:

a. Pola komunikasi roda

Pola komunikasi jenis ini berfokus kepada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota dalam kelompok organisasi. Seorang pemimpin sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator). Pola tersebut menggambarkan bahwa A merupakan sentralisasi yang menyampaikan informasi terhadap si B, C, D, dan E lalu masing-masing merespon kembali kepada si A.

b. Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi antar anggota di dalam kelompok organisasi, dimana setiap anggota dapat berkomunikasi satu sama lain baik dari kiri maupun kanan, siapa saja dapat mengambil inisiatif memulai berkomunikasi (sebagai komunikator). Pola ini menggambarkan Si A menyampaikan pesan kepada si B, si B meneruskan kepada si C dan seterusnya hingga kembali kepada si A (komunikator) dan seterusnya terhadap setiap anggota.

c. Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi rantai adalah komunikasi yang dilakukan oleh anggota kelompok organisasi, komunikasi yang dimaksud adalah satu anggota hanya dapat menyampaikan pesan kepada anggota di sebelahnya, kemudian anggota yang menerima pesan akan melanjutkan dengan anggota lainnya lagi dan seterusnya. Pola komunikasi ini disampaikan oleh si (A), kemudian berkomunikasi dengan si (B), dan si B melanjutkannya dengan si (C), dan begitu seterusnya kepada si (D), dan (E). setiap anggota dapat menyampaikan pesan atau meneruskannya kepada sesama anggota dalam kelompok organisasi. Dalam pola komunikasi ini, anggota terakhir yang menerima pesan yang disampaikan oleh pemimpin seringkali tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga pemimpin tidak dapat mengetahui hal tersebut karena tidak adanya umpan balik yang disampaikan.

d. Pola Komunikasi Y

Pola komunikasi ini adalah tiga orang anggota dalam kelompok organisasi dapat berkomunikasi satu sama lain, tetapi ada dua orang yang hanya dapat melakukan hubungan komunikasi dengan seorang di sampingnya.

e. Pola komunikasi bintang

Pola komunikasi ini adalah merupakan jaringan semua saluran sehingga dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan sesama anggota baik dalam menyampaikan informasi dan dapat melakukan timbal balik ke sesama anggota.

1.2.2 Komunikasi Organisasi

Goldhaber (Zahara, 2018) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Komunikasi organisasi juga diartikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan informasi yang kompleks dimana organisasi sendiri merupakan perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama, terkendali dan dipimpin untuk tujuan tertentu. Orang-orang yang terkumpul dalam sebuah organisasi sepakat

untuk mencapai tujuan tertentu melalui sumber daya secara sistematis dan rasional yang terkendali dan adanya pemimpin organisasi yang akan memimpin operasional organisasi dengan terencana (Astuti, 2022).

Clampitt (2017) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu bentuk komunikasi dari *top-down*, *bottom-up*, dan *integrative* yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan, sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman serta menyelesaikan permasalahan dalam organisasi. Adapun dampak positif dari komunikasi yang baik dan cukup dalam organisasi adalah dapat meningkatkan produktivitas individu dan organisasi, karena aliran informasi dan ide-ide mengalir dengan cukup baik dan lancar, serta adanya manajerial yang dapat menampung ide-ide dan melanjutkan pada usulan strategi yang bermanfaat bagi organisasi. Dalam hal ini, pemimpin atau manajemen akan mendapatkan masukan dan gagasan yang sesuai dan melingkupi semua kebutuhan organisasi serta permasalahan utama yang perlu diselesaikan (Romadona & Setiawan, 2020). Arni (2015) menjelaskan bahwa peranan penting komunikasi dalam suatu perusahaan, diantaranya yaitu: 1) Menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan, 2) Menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, 3) Melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dengan cara efektif. 4) Memimpin, mengarahkan, memotivasi dan menciptakan iklim yang menimbulkan keinginan orang untuk memberikan kontribusi dan 5) Mengendalikan prestasi.

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan pola komunikasi organisasi PT. BECOM. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari subyek penelitian atau lapangan melalui wawancara dengan narasumber. Narasumber pada penelitian ini adalah pemilik, manajer dan karyawan PT. BECOM Solo. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini berupa informasi

yang dikumpulkan peneliti melalui pihak lain yang didapatkan dari dokumen-dokumen, jurnal-jurnal, serta literature yang sesuai dengan kajian penelitian ini.

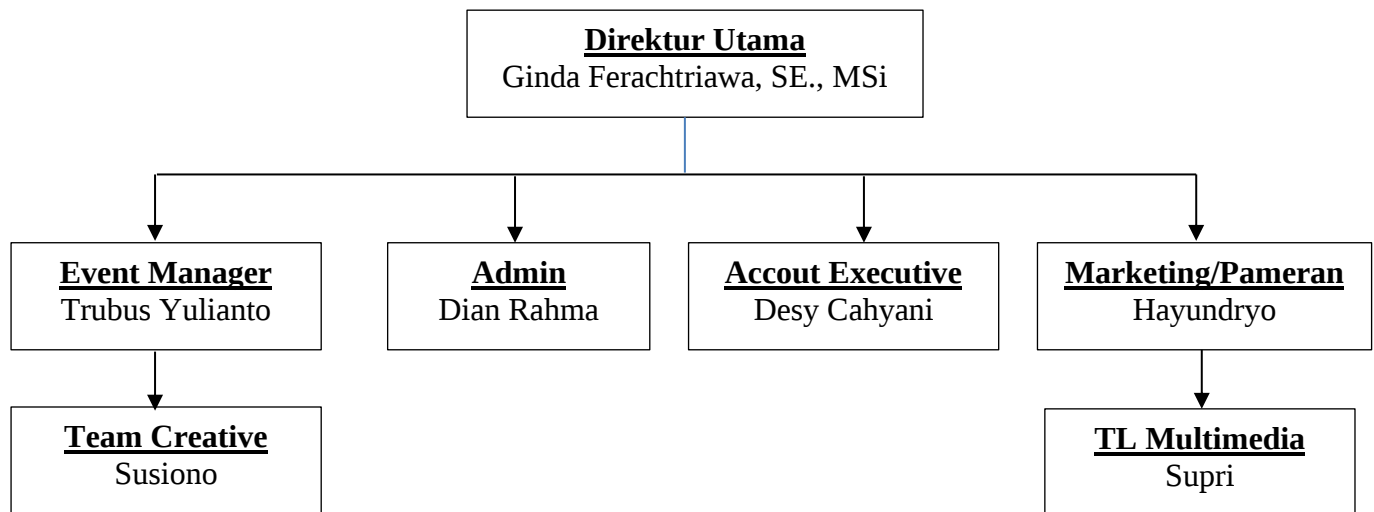
Adapun teknik-teknik yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. (1) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada informan menggunakan *interview guide* agar wawancara lebih terarah dan tidak keluar dari pokok penelitian. Informan atau narasumber yang dimaksud adalah pemilik, manajer dan karyawan PT. BECOM Solo. Adapun penentuan informan pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). (2) Dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2016). Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data pendukung yang dapat memperjelas data utama. (3) Observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian (Afifuddin dan Beni, 2012). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi nonpartisipan dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Bungin, 2010), yang terdiri dari 3 tahap yaitu reduksi data, display data atau penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. 1) Reduksi Data, Reduksi data merupakan analisis yang menajamkan untuk mengorganisasikan data, dengan demikian kesimpulannya dapat diverifikasi untuk dijadikan temuan penelitian terhadap masalah yang diteliti. Karena tujuan utama dari penelitian kualitatif sendiri adalah pada temuan. Kegiatan mereduksi data akan dipandu oleh tujuan penelitian yang akan dicapai. Diharapkan data yang telah direduksi oleh peneliti dapat memberikan gambaran yang lebih jelas. Proses ini akan berlangsung secara terus menerus selama penelitian dilakukan. 2) Penyajian Data, Penyajian data penelitian akan membuat data tersusun secara sistematis. Data yang diperoleh dengan banyak dalam penelitian tidak akan dapat dipaparkan secara keseluruhan. Dengan penyajian data, peneliti akan menganalisis mana data yang dapat menjelaskan atau menjawab masalah dalam penelitian. Penyajian data bisa dalam bentuk teks, bagan, jaringan, grafik ataupun matriks dengan menggabungkan informasi yang diperoleh secara padu agar dapat melihat apa yang sebenarnya terjadi dan memudahkan pengambilan

kesimpulan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menyajikan data penelitian adalah berbentuk teks naratif. 3) Pengambilan Kesimpulan, Penarikan kesimpulan dapat berupa deskriptif sebagai laporan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sejak awal dan mendukung temuan dalam penelitian. Sugiyono (2016) menyatakan kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan itu sendiri dapat berupa deskripsi atau gambaran terhadap suatu objek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Berlian Communication (BeCom) Solo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *event organizer* atau *marketing event* di Kota Surakarta. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *event organizer*, PT. BeCom Solo memiliki tugas dan tanggung jawab untuk merancang dan menghasilkan sebuah acara yang menarik, kreatif, dan bernilai tinggi. Oleh sebab itu, agar suatu acara atau *event* dapat berjalan dengan baik, dibutuhkan suatu pola komunikasi organisasi yang baik serta efektif bagi seluruh divisi organisasi dengan tujuan agar acara yang berlangsung dapat sukses dan bernilai tinggi serta sehingga klien merasa puas dengan pelayanan *event organizer* serta mendapat *feedback* positif dari para audiens. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa struktur organisasi PT. BeCom Solo, seperti pada bagan berikut ini:



Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Becom Solo

Clampitt (2017) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu bentuk komunikasi dari *top-down*, *bottom-up*, dan *integrative* yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan, sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman serta menyelesaikan permasalahan dalam organisasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pola komunikasi organisasi di PT. Becom Solo, adalah sebagai berikut:

3.1 Komunikasi antara pimpinan dan karyawan

Komunikasi organisasi merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan informasi yang kompleks dimana organisasi sendiri merupakan perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama, terkendali dan dipimpin untuk tujuan tertentu. Adapun tujuan dari komunikasi organisasi adalah untuk menyampaikan informasi dan pesan, sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman serta menyelesaikan permasalahan dalam organisasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa komunikasi antara pimpinan dan karyawan di PT. Becom Solo, adalah sebagai berikut:

Komunikasi itu biasanya mencakup apa saja mulai dari bagaimana keadaan keluarganya, kalau menurut saya itu suatu bentuk komunikasi yang saya lakukan untuk menjalin kedekatan dengan karyawan secara informal, kemudian secara resmi komunikasi yang kita lakukan adalah secara rapat, meeting secara rutin dan saat ini saya juga lebih banyak melakukan komunikasi melalui gadget ya bisa email, bisa WA, dan WA pun juga membantu komunikasi terhadap apa permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh para karyawan, termasuk juga kadang-kadang kita juga melakukan gathering atau kadang-kadang ketika ada rejeki kita ajak makan semua, atau kalau ada big event selesai kita aja refreasing bersama (Ferachtriawan, 47 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Ginda Ferachtriawan (47 tahun) selaku pimpinan atau direktur PT. Becom Solo mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap karyawan PT. Becom Solo merupakan suatu komunikasi biasanya mencakup banyak hal, mulai dari bagaimana keadaan keluarganya kemudian komunikasi-komunikasi lainnya yang mengenai permasalahan apa saja yang sedang dihadapi oleh para karyawan. Hal ini juga didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu karyawan di PT. Becom Solo sebagai berikut:

Kalau komunikasi saya terhadap pimpinan itu, lebih kepada konsul sih jadi kan saya bertugas menangani event, trus event apa yang mau dikerjakan saya konsul ke pimpinan jika

pimpinan cocok lanjut saya akan bahas ke karyawan lainnya untuk kolaborasi, untuk saling kolaborasi ide..(Hayundryo, 23 tahun)

Menurut Muhammad Naufal Hayundryo, 23 tahun salah satu karyawan yang bekerja di PT. Becom Solo mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan kepada pimpinan itu, lebih kepada konsultasi mengenai bagaimana progres pekerjaan yang dilaksanakan serta mengenai apasaja kendala-kendala yang dihadapi dilapangan sedangkan komunikasi antar karyawan biasanya lebih bersifat kolaborasi ide dimana setelah berkonsultasi dengan pimpinan, selanjutnya akan disampaikan kepada karyawan lainnya untuk saling kolaborasi ide. Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara dengan Susiono (27 tahun) selaku team creative yang mengungkapkan bahwa komunikasi kepada pemimpin, lebih bersifat kolaborasi. seperti hasil wawancara berikut ini:

Sebenarnya komunikasi itu, kita lakukan hampir setiap hari, namun lebih intens ketika ada event, jadi kalau kami selaku team creative biasanya saling bertukar ide dengan pemimpin, misalnya untuk event ini, ada ide kami dari team creative trus nanti diajukan ke pemimpin trus direktur ngasih masukan ataupun sebaliknya, jadi sama-sama berdiskusi untuk menampilkan yang terbaik (Susiono, 27 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Susiono, 27 tahun selaku team creative PT. Becom Solo mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan kepada pimpinan biasanya lebih bersifat kolaboratif dimana karyawan dan pemimpin saling bertukar ide, untuk menampilkan yang terbaik.

3.2 Media Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa komunikasi antara pimpinan dan karyawan PT. Becom Solo dilakukan dengan menggunakan berbagai media baik secara langsung, maupun melalui media digital, seperti pada hasil wawancara berikut ini:

Kalau secara informal komunikasi yang dilakukan biasanya dilakukan secara langsung, kemudian secara resmi komunikasi yang kita lakukan adalah secara rapat, meeting secara rutin dan saat ini saya juga lebih banyak melakukan komunikasi melalui gadget ya bisa email, bisa WA, dan WA pun juga membantu komunikasi terhadap apa permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh para karyawan, termasuk juga kadang-kadang kita juga melakukan gathering atau kadang-kadang ketika ada rejeki kita ajak makan semua, atau kalau ada big event selesai kita aja refreasing bersama (Ferachtriawan, 47 tahun)

Menurut bapak Ginda Ferachtriawan, 47 tahun selalu pimpinan atau direktur PT. Becom Solo komunikasi yang dilakukan dengan para karyawan biasanya dilakukan secara langsung maupun menggunakan berbagai media atau forum resmi seperti *gathering* atau acara makan-makan bersama, serta menggunakan media lainnya seperti media digital baik itu email, Whatsaap (WA) ataupun media sosial. Hal ini juga didukung oleh hasil wawancara dengan sebagai berikut:

Kalau media ya kita secara langsung ya, jadi kita duduk bersama 1 meja bareng-bareng, kita ngobrol pimpinan, karyawan semuanya bisa dikatakan di forum itu sih, kalau untuk meeting-meeting lainnya yang urgent itu bisa online sih, seperti itu.. (Hayundryo, 23 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Naufal Hayundryo, 23 tahun salah satu karyawan yang bekerja di PT. Becom Solo komunikasi yang dilakukan biasanya secara langsung dengan cara duduk bersama 1 meja antara pimpinan dan karyawan semuanya, namun jika ada kejadian yang mendesak komunikasi bisa dilakukan melalui media online. Selain itu berdasarkan hasil wawancara juga diketahui bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan di PT. Becom Solo bersifat fleksibel, dimana bisa menggunakan media apa saja tanpa harus bertemu secara langsung, seperti hasil wawancara berikut ini:

Kalau komunikasi dengan pimpinan maupun karyawan itu fleksibel jadi kita menggunakan semua tool komunikasi yang ada entah itu kita bisa langsung ketemu, atau ada meeting, atau mungkin pakai pesan maupun pakai sarana email dan lain-lain (Yulianto, 37 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Trubus Yulianto, 37 tahun selaku Event Manager PT. Becom Solo diketahui bahwa komunikasi antara pimpinan dan karyawan di PT. Becom Solo bersifat fleksibel, dimana proses komunikasi dilakukan dengan menggunakan semua peralatan komunikasi yang ada baik itu secara langsung melalui *meeting* atau pertemuan serta menggunakan pesan online baik melalui email dan lain-lainnya. Michienzi *et.al* (2021) komunikasi online melalui jejaring media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi utama yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Hal ini dikarenakan berbagai kekuatan dan keserbagunaannya yang memungkinkan seseorang yang sulit dijangkau dalam kehidupan nyata tetap dapat mendiskusikan ide, pesan serta pendapatnya kepada orang lain melalui saluran komunikasi yang sama.

3.3 Keterlibatan Karyawan dalam Proses Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dalam pelaksanaannya komunikasi yang dilakukan di PT. Becom Solo selalu melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Seperti pada hasil wawancara berikut ini:

Iya jelas karena kan pemimpin sebagai pengambil keputusan tetap membutuhkan opini dari karyawan, selain itu karyawan yang ada disini kan sebagai eksekutor kerja (Yulianto, 37 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Trubus Yulianto, 37 tahun selaku event manager PT. Becom Solo diketahui bahwa PT. Becom Solo selalu melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini disebabkan karena, meskipun pemimpin sebagai pengambil keputusan namun pemimpin juga tetap membutuhkan opini dari karyawan sebagai eksekutor kerja.

Iya pemimpin biasanya, kami selalu diikut sertakan dalam diskusi atau rapat pelaksanaan suatu event (Susiono, 27 tahun).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Susiono, 27 tahun selaku team creative PT. Becom Solo diketahui bahwa pemimpin selalu melibatkan karyawan dalam mengambil keputusan baik dalam forum diskusi maupun melalui rapat pelaksanaan *event*. Hal ini juga senada dengan apa yang disampaikan oleh Muhammad Naufal Hayundryo (23 tahun) salah satu karyawan yang bekerja di PT. Becom Solo sebagai berikut:

Tetap ya, maksudnya dalam artian ada ibaratnya masukan-masukan dari karyawan tapi memang pengambilan keputusan juga oleh pimpinan langsung gitu. (Hayundryo, 23 tahun)

Muhammad Naufal Hayundryo (23 tahun) salah satu karyawan yang bekerja di PT. Becom Solo tetap melibatkan dan menerima setiap masukan-masukan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini juga didukung oleh hasil wawancara oleh bapak Ginda Ferachtriawan (47 tahun) selaku pimpinan atau direktur PT. Becom Solo, yang menjelaskan sebagai berikut:

Oh ya jelas, di era sekarang itu semua perusahaan, semua karyawan itu dituntut untuk memahami semua hal, bukan hanya pekerjaannya bukan hanya targetnya tapi isu-isu lokal maupun nasional itu harus dipahami sehingga kita bisa cari peluang mana. nah yang paling tahu lebih banyak itu justru malah karyawan, karena karyawan yang berhadapan langsung dengan semua persoalan (Ferachtriawan, 47 tahun)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Ginda Ferachtriawan (47 tahun) selaku pimpinan atau direktur PT. Becom Solo, diketahui bahwa sebagai seorang pemimpin organisasi, bapak Ginda Ferachtriawan (47 tahun) selaku melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan hal ini disebabkan karena di era sekarang ini justru karyawan yang paling tahu lebih banyak hal mengenai isu-isu baik lokal maupun nasional, karena karyawan yang berhadapan langsung dengan

semua persoalan yang ada dilapangan. Mahbob *et. al.*, (2022) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif terjadi ketika ada interaksi dua arah antara kedua belah pihak. Hal ini memungkinkan adanya suatu pertukaran informasi dari satu sisi ke sisi lain melalui diskusi untuk memperjelas pesan yang disampaikan.

3.4 Proses Komunikasi Organisasi

Komunikasi diartikan sebagai pertukaran ide, pendapat, fakta atau emosi antara dua orang atau lebih untuk menciptakan kesamaan pemahaman. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan proses transmisi informasi dan pesan dari satu orang ke orang lain dengan tujuan untuk mencapai pemahaman bersama antara pengirim dan penerima. Oleh sebab itu, komunikasi memainkan peran kunci dalam menyeimbangkan tujuan individu dan organisasi (Caldarescu, 2022). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa proses penyampaian pesan kepada para karyawan, terkait dengan pelaksanaan aktivitas-aktivitas perusahaan adalah sebagai berikut:

Kalau pesan ya lebih ke itu tadi, karena kan ketika saya mau mengekskusi suatu event kan diskusi dulu sama pimpinan, jika pimpinan cocok saya akan bahas ke karyawan lainnya, kalau untuk keseharian ya lebih kepada kita report perkembangan per hari ini, perkembangannya apa, trus juga biasanya pimpinan tanya , gimana nih progres eventnya kurang apa saja, seperti itu . (Hayundryo, 23 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Naufal Hayundryo (23 tahun) diketahui bahwa proses penyampaian pesan di PT. Becom Solo diawali dengan diskusi dulu dengan pimpinan organisasi, jika pimpinan cocok dengan rencana yang akan dilakukan maka selanjutnya rencana tersebut akan bahas ke karyawan lainnya.

Komunikasi yang paling simpel adalah mungkin kita mau bikin plant event dibulan itu apa aja, atau mungkin kalau ada klien baru kita komunikasikan dengan pemimpin dan karyawan lainnya (Susiono, 27 tahun).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Susiono, 27 tahun selaku team creative PT. Becom Solo diketahui bahwa salah satu contoh proses komunikasi organisasi yang paling sederhana di PT. Becom Solo yaitu diskusi mengenai rencana kegiatan klien baru yang komunikasikan dengan pemimpin dan karyawan lainnya. Adapun bentuk komunikasi dalam proses penyampaian pesan yang disampaikan adalah sebagai berikut:

Ada yang disampaikan secara tegas, ada yang disampaikan secara halus, ada juga yang disampaikan secara informal misal sambil makan atau kadang-kadang bisa menyampaikan

apa yang ada disosial media, atau bisa lewat status WA dan yang lain-lain (Ferachtriawan, 47 tahun)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Ginda Ferachtriawan, (47 tahun) selalu pimpinan atau direktur PT. Becom Solo, diketahui bahwa proses penyampaian pesan kepada karyawan dilakukan dengan berbagai cara bisa secara tegas, ada yang disampaikan secara halus, ada juga yang disampaikan secara informal misal sambil makan atau kadang-kadang bisa menyampaikan apa yang ada disosial media, atau bisa lewat status WA dan yang lain-lain.

3.5 Pola Komunikasi Organisasi PT. Becom, Solo

Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus (Lumentut, 2017). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa komunikasi organisasi di PT. Becom, Solo memiliki Pola komunikasi roda. Hal ini terlihat dari hasil wawancara berikut ini:

Kalau pesan ya lebih ke itu tadi, karena kan ketika saya mau mengekskusi suatu event kan diskusi dulu sama pimpinan, jika pimpinan cocok saya akan bahas ke karyawan lainnya, kalau untuk keseharian ya lebih kepada kita report perkembangan per hari ini, perkembangannya apa, trus juga biasanya pimpinan tanya , gimana nih progres eventnya kurang apa saja, seperti itu .. (Hayundryo, 23 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Naufal Hayundryo (23 tahun) diketahui bahwa proses penyampaian pesan di PT. Becom Solo diawali dengan diskusi dulu dengan pimpinan organisasi, jika pimpinan cocok dengan rencana yang akan dilakukan maka selanjutnya rencana tersebut akan dibahas ke karyawan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dilakukan berfokus kepada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota dalam kelompok organisasi. Seorang pemimpin sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator). Pola tersebut menggambarkan bahwa A merupakan sentralisasi yang menyampaikan informasi terhadap si B, C, D, dan E lalu masing-masing merespon kembali kepada si A.

Seorang pemimpin yang tangkas harus mampu mengarahkan, mengevaluasi, dan mengoreksi upaya anggota agar organisasi dapat berjalan dengan baik mencapai puncak tujuannya. Tanpa kehadiran pemimpin yang baik dan berkompeten, keterhubungan antara kepentingan diri sendiri

dan tujuan organisasi dapat menjadi biasa-biasa saja dan tidak tepat sasaran, sehingga menurunkan produktivitas dan efektivitas anggota dan mengganggu kemampuan keseluruhan organisasi untuk mencapai tujuannya (Damanik & Alfikri, 2022). Selain pola roda, bentuk pola komunikasi lain di PT. Becom, Solo yaitu pola komunikasi bintang. Joseph A. Davito (Fitriani, 2017) menjelaskan bahwa pola komunikasi bintang merupakan jaringan semua saluran sehingga dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan sesama anggota baik dalam menyampaikan informasi dan dapat melakukan timbal balik ke sesama anggota. Hal ini terlihat dari adanya keterlibatan karyawan dalam setiap proses pengambilan keputusan. Organisasi merupakan struktur sosial dimana yang terdiri dari berbagai elemen dengan peran dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, untuk dapat menyatukan individu dan membuat mereka beroperasi secara harmonis, diperlukan sosok pemimpin yang dapat menyatukan dan mengembangkan berbagai elemen tersebut untuk dapat bersama-sama bekerja demi tercapainya keberhasilan perusahaan (Panja, 2022).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian diketahui komunikasi yang dilakukan di PT. Becom, Solo memiliki pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang, dimana pemimpin organisasi yang berperan sebagai pengambil keputusan tetap melibatkan berbagai karyawan dalam setiap proses pengambilan keputusan. Seorang pemimpin sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator). Pola tersebut menggambarkan bahwa A merupakan sentralisasi yang menyampaikan informasi terhadap si B, C, D, dan E lalu masing-masing merespon kembali kepada si A.

PERSANTUNAN

Terima kasih peneliti ucapkan kepada ALLAH Subhanahu *Wa Ta'ala* atas rahmat, karunia, serta nikmat yang telah diberikan kepada peneliti. Terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada kedua orangtua saya serta keluarga besar yang telah mendukung, mendidik dan mendoakan kelancaran penelitian saya. Ucapan terimakasih kepada dosen pembimbing yang selalu membimbing peneliti dalam menyelesaikan penelitian. Terima kasih banyak kepada para responden dan juga Terimakasih banyak semua teman-teman yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti agar segera menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terimakasih kepada teman-

teman peneliti yang selalu memberikan dukungan serta seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, M. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Edisi 1. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Astuti, D. 2022. Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kulaitas Pelayanan Di Kantor Kecamatan Long Itam Kabupaten Kutai Barat. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 10 (2): 52-66
- Bungin, B. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Caldarescu, G. 2022. Investigating the relationship between job satisfaction, communication style, employee behavior in conflict situations. *MATEC Web of Conferences* 354
- Clampitt, P.G. 2017. *Communication for Managerial Effectiveness: Challenges, Strategies, Solutions, Sixth Edition*. SAGE: USA
- Damanik, M. & Alfikri, M. 2022. Organizational Communication Patterns in Increasing Work Motivation of Employees of PT. Inalum. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*. Vol. 2 No. 3
- Djamarah, B. 2011. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta
- Firmansyah, M. A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media
- Iskandar, T. 2020. Pola Komunikasi Organisasi Pengguna *Paperless Office* di Institut Pemerintahan Dalam Negeri. *Jurnal LINIMASA*, Vol. 3, No. 1, Hal:81-100.
- Lumentut, G. 2017. Pola Komunikasi Pemimpin Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota di LPM (Lembaga Pers Mahasiswa) Inovasi UNSRAT. *E-journal Acta Diurna*, Vol. VI., No. 1
- Mahbob, M., Ibrahim, N., & Hassan, M. 2022. The Influence of Communication Patterns on Strategic Communication. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 3026 – 3039.
- Michienzi, A. 2021. Incremental communication patterns in online social groups. *Knowledge and Information Systems* (63):1339–1364
- Mendrofa, A. & Syafi'i, M. 2019. Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Komunitas Marga Parna di Kota Batam (Studi Kasus Komunitas Marga Parna di Batu Aji Kota Batam). *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol.1, No.1.
- Oktaviana, S. 2018. Jaringan Komunikasi Antara Pimpinan Dan Karyawan Dalam Menumbuhkan Komitmen Karyawan di PT. Digital Suplai Indonesia. *Koneksi*, Vol. 2, No. 2, Hal:556-561

- Panja, A. 2021. Effect Of Organizational Behaviour On Corporate Effectiveness. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* Vol. 27, No. 03, Page: 2965-2971
- Romadona, M. & Setiawan, S. 2020. Komunikasi Organisasi dalam Fenomena Perubahan Organisasi di Lembaga Penelitian dan Pengembangan. *Jurnal Pekommas*, Vol. 5, No. 1, Hal:91 - 104
- Safaria, T. 2004. *Kepemimpinan*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wahyuni, N. 2020. Analisis Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung. *KOMVERSAL : Jurnal Komunikasi Universal*, Vol. 6, No. 2, Hal: 149-167
- Wattanapanit, N. 2019. An Investigation of the influences of Organization Communication Patterns upon Team Effectiveness among Private Universities in Thailand: A Multivariate Analysis. *JIRSEA Issue: Vol. 17 No. 1, Page:120-136*
- Zahara, E. 2018. Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. *Jurnal Warta, Edisi: 56, ISSN : 1829 - 7463*