



**KOMUNIKASI ORGANISASI MANAJER DALAM MENJAGA  
KUALITAS PELAYANAN RESTORAN TITIK KUMPUL**

**SKRIPSI**

*Ditulis sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**ALVINO FIRDAUS**

**NIM 2030302006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR**

**2025**



**COMMUNICATION OF MANAGEMENT ORGANIZATION IN  
MAINTAINING THE QUALITY OF SERVICE AT THE POINT OF  
GATHERING RESTAURANT**

**SKRIPSI**

**Submitted as a Requirement to Obtain a Bachelor's Degree (S-1)  
Islamic Communication and Broadcasting Study Program**

**Compiled By :**

**ALVINO FIRDAUS**

**NIM. 2030302006**

**ISLAMIC BROADCASTING COMMUNICATION STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF USHULUDDIN ADAB AND DA'WAH**

**MAHMUD YUNUS STATE ISLAMIC UNIVERSITY**

**BATUSANGKAR**

**2025M / 1446 H**



إدارة الاتصال التنظيمي للمديرين في الحفاظ على جودة الخدمة في مطعم تيتيك كومبول

## الدورة

مقدم كمتطلب للحصول على درجة البكالوريوس (S-1)  
في برنامج دراسة الاتصال والإعلام الإسلامي

### تأليف:

ألفينو فيرداوس

الرقم الجامعي ٢٠٣٠٣٠٢٠٠٦

برنامج دراسة الاتصال والإعلام الإسلامي

كلية أصول الدين والأدب والدعوة

جامعة محمود يونس الإسلامية الحكومية

باتوسنكار

١٤٤٦/٢٠٢٥

## ABSTRACT

**Alvino Firdaus Nim 2030302006** Titled "**Organizational Communication Manager in Maintaining the Quality of Service of the Gathering Point Restaurant.** Islamic Communication and Broadcasting Study Program, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, 2024.

The culinary business sector has experienced remarkable growth, as evidenced by numerous new innovations in various culinary products. The intense competition in this industry underscores why each company develops its own communication management strategies to maintain service quality and ensure the quality of the products offered. These efforts aim to deliver maximum satisfaction, which is the expectation of every customer. Managers play a crucial role in guiding employees to keep the company competitive, requiring them to possess effective communication skills and strategies to maintain employee service quality.

This study aims to explore the communication strategies employed by managers to maintain the quality of employee service at Titik Kumpul Restaurant. The research employs a qualitative descriptive method, with data collected through interviews, observations, and documentation. Data validity is ensured using source triangulation, while the data analysis process includes data presentation, data reduction, and drawing conclusions.

The results of this study highlight several components of communication strategies used by managers to maintain service quality at Titik Kumpul Restaurant. These include identifying communication targets, considering situational and conditional factors, selecting appropriate communication media, analyzing communication message objectives, recognizing the communicator's role in communication, leveraging source appeal, and ensuring source credibility. Managers also face unique challenges in their roles, requiring continuous learning, which becomes a key factor in successfully maintaining service quality.

**Keywords:** Communication Management, Manager, Service, Restaurant

## الملخص

ألفينو فردوس إرديان نيم ٢٠٣٠٣٠٢٠٠٦ بعنوان " مدير إدارة الاتصالات التنظيمية في الحفاظ على جودة الخدمة في مطعم نقطة التجمع .برنامج دراسة الاتصالات والإذاعة الإسلامية، الجامعة الإسلامية الحكومية (UIN) محمود يونس باتوسانكار، 2024. شهد قطاع الأعمال الطهوية نموًا ملحوظًا، كما يتضح من العديد من الابتكارات الجديدة في مختلف المنتجات الطهوية. تؤكد المنافسة الشديدة في هذه الصناعة سبب قيام كل شركة بتطوير استراتيجيات إدارة الاتصالات الخاصة بها للحفاظ على جودة الخدمة وضمان جودة المنتجات المقدمة. تهدف هذه الجهود إلى تقديم أقصى قدر من الرضا، وهو ما يتوقعه كل عميل. يلعب المديرون دورًا حاسمًا في توجيه الموظفين للحفاظ على قدرة الشركة التنافسية، مما يتطلب منهم امتلاك مهارات واستراتيجيات اتصال فعالة للحفاظ على جودة خدمة الموظفين.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات الاتصال التي يستخدمها المديرون للحفاظ على جودة خدمة الموظفين في مطعم تيتيك كومبول. يستخدم البحث أسلوب وصفي نوعي، حيث تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظات والتوثيق. يتم ضمان صحة البيانات باستخدام التثليث المصدري، في حين تتضمن عملية تحليل البيانات عرض البيانات وتقليص البيانات واستخلاص النتائج.

تسلط نتائج هذه الدراسة الضوء على العديد من مكونات استراتيجيات الاتصال التي يستخدمها المديرون للحفاظ على جودة الخدمة في مطعم تيتيك كومبول. وتشمل هذه تحديد أهداف الاتصال، والنظر في العوامل الظرفية والشرطية، واختيار وسائل الاتصال المناسبة، وتحليل أهداف رسالة الاتصال، والتعرف على دور المتصل في الاتصال، والاستفادة من جاذبية المصدر، وضمان مصداقية المصدر. يواجه المديرون أيضًا تحديات فريدة في أدوارهم، مما يتطلب التعلم المستمر، والذي يصبح عاملاً رئيسياً في الحفاظ على جودة الخدمة بنجاح.

الكلمات المفتاحية: إدارة الاتصالات، المدير، الخدمة، المطعم

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>المخلص .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA .....</b>	<b>PENGANTAR</b>
<b>.....</b>	<b>Er</b>
ror! Bookmark not defined.	
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Sub Fokus Penelitian .....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Defenisi Operasional .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Komunikasi Organisasi .....	8
1.Pengertian Komunikasi Organisasi .....	8
2.Bentuk-bentuk komunikasi Organisasi .....	12
3.Hambatan-Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi .....	19
4.Organisasi .....	28
B. Penelitian Relevan.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian .....	48
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
C. Instrument Penelitian.....	49
D. Sumber Data .....	50
E. Teknik Pengumpulan Data .....	51
F. Teknik Analisis Data .....	52
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	53

<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Temuan Penelitian.....	54
B. Pembahasan.....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat di hindarkan dalam kehidupan manusia. Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain. Dalam proses komunikasi, komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan agar komunikan mengerti apa yang dimaksud oleh komunikator. Yang perlu diperhatikan dalam proses komunikasi adalah, pesan yang diterima oleh komunikan adalah pesan yang diterima oleh komunikan harus sesuai dengan pesan yang dimaksud dan disampaikan oleh komunikator. (Vardhani,Tyas 2019)

Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap belaka, melainkan bentuk dari apa saja interaksi, senyuman, anggukan kepala yang membenarkan hati, sikap badan, ungkapan minat, sikap dan perasaanyang sama. Diterimanya pengertian yang sama adalah merupakan kunci dalam komunikasi. Tanpa penerimaan sesuatu dengan pengertian yang sama, maka yang terjadi adalah”dialog antara orang satu” komunikasi yang berhasil disebut komunikasi efektif.(Caron & Markusen, 2016)

Komunikasi efektif (Uprini;2003) adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi.tujuan kumunikasi efektif adalah memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga Bahasa lebih jelas,lengkap, pengiriman umpan balik seimbang dan melatih penggunaan Bahasa nonverbal secara baik.

Manajemen komunikasi yang baik dalam suatu organisasi akan menentukan tingkat keberhasilan dari organisasi tersebut dalam mencapai target dan sasaran. Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh manajemen komunikasi yang diterapkan. Komunikasi merupakan usaha manusia menyampaikan isi, pertanyaan atau pesan kepada orang lain.

Kemampuan berkomunikasi dengan baik akan memudahkan seseorang atau lembaga dalam mencapai tujuan mereka.

Industri restoran saat ini menghadapi banyak tantangan dalam mempertahankan kualitas layanan, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat akibat globalisasi. Restoran "Titik Kumpul" sebagai salah satu pemain di industri ini perlu memastikan bahwa komunikasi antar karyawan dan manajer berjalan dengan baik agar semua memahami standar layanan yang harus diterapkan. Komunikasi yang efektif tidak hanya penting untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan kerja yang harmonis dan produktif.

Dalam suatu perusahaan tentu terdapat masalah dalam komunikasi salah satunya terdapat suatu hambatan seperti, komunikasi pimpinan dengan karyawan juga memiliki suatu hambatan yang dapat mengurangi efektivitas atau kelancaran dari komunikasi, karena tidak semua perusahaan maupun organisasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif sesuai dengan yang di harapkan oleh semua pihak yang terlibat. Adapun hambatan-hambatan dalam komunikasi perusahaan ataupun organisasi.

Fenomena yang terlihat di dalam perusahaan Titik Kumpul terdapat beberapa hambatan seperti kurangnya komunikasi manajer dengan karyawan, hal ini tentu menjadi masalah dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Manajer harus Mendengarkan dasar yang harus diamati ketika menjadi pemimpin ialah mendengarkan, tidak semerta-merta hanya memberikan instruksi untuk dipatuhi oleh karyawan, dalam hal ini pemimpin sebagai komunikator harus bisa mendengarkan karyawan apabila karyawan sedang menyampaikan aspirasi, memberi masukan dan kritik. Hal ini dilakukan pemimpin agar proses komunikasi yang telah dibangun dapat memberikan reaksi yang positif dari karyawan dan sesuai dengan harapan pemimpin. Mereka harus memberikan arahan yang jelas, memotivasi tim, dan menciptakan suasana kerja yang nyaman.

Restoran Titik Kumpul merupakan salah satu restoran yang populer di kalangan masyarakat. Dalam industri restoran, kualitas pelayanan merupakan

salah satu faktor kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Manajer restoran memainkan peran penting dalam menjaga kualitas pelayanan dengan mengembangkan strategi komunikasi organisasi yang efektif.

Komunikasi organisasi yang baik dapat membantu meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan citra restoran. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Restoran Titik Kumpul telah menghadapi beberapa tantangan terkait dengan kualitas pelayanan, seperti keluhan pelanggan tentang pelayanan yang lambat dan kurang responsif.

Oleh karena itu, manajer Restoran Titik Kumpul perlu mengembangkan strategi komunikasi organisasi yang efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, Restoran Titik Kumpul dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu restoran terbaik di kalangan masyarakat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dapat meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi kesalahan dalam layanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh manajer di restoran "Titik Kumpul

Salah satu hal utama adalah mengadakan pertemuan tatap muka secara rutin. Dalam pertemuan ini, manajer dan karyawan dapat membahas berbagai masalah, berbagi ide, dan mencari solusi bersama. Hal ini membuat karyawan merasa dihargai dan lebih terlibat dalam proses pengambilan keputusan, sehingga dapat membantu meningkatkan kualitas layanan.

Selain itu, restoran ini juga menggunakan papan pengumuman di area kerja untuk menyampaikan informasi penting, seperti jadwal kerja, promosi, atau pencapaian tim. Dengan cara ini, karyawan dapat dengan mudah mengakses informasi tanpa harus menunggu pertemuan resmi. Strategi ini membantu meningkatkan transparansi dan keterlibatan karyawan dalam

operasional restoran. Restoran ini berlokasi di Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatra Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana manajer di restoran "Titik Kumpul" mengelola komunikasi internal mereka dan bagaimana hal itu memengaruhi kualitas layanan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi restoran lain dalam mengelola komunikasi internal demi meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang diatas untuk itu penulis tertarik meneliti lebih dalam dengan karya ilmiah yang berjudul "**Manajemen Komunikasi Organisasi Manajer Dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Di Restoran Titik Kumpul**".

## **B. Fokus Penelitian**

Untuk menjamin pencapaian tujuan penelitian dan menghindari cakupan masalah yang terlalu luas, penulis memusatkan perhatian pada aspek berikut dalam penelitian ini yaitu tentang bagaimana Manajemen Komunikasi Organisasi Manajer dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Di Restoran Titik Kumpul.

## **C. Sub Fokus Penelitian**

1. Bagaimana Manajemen Komunikasi Organisasi Manajer dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Di Restoran Titik Kumpul?
2. Bagaimana tantangan dan hambatan manajemen dalam menjaga kualitas pelayanan?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Komunikasi Organisasi Manajer Kepada Karyawan Di Restoran Titik Kumpul
2. Untuk mengetahui hambatan manajer Restoran Titik Kumpul dalam menjaga kualitas pelayanan

## **E. Manfaat Penelitian**

Berikut ini adalah beberapa keuntungan akademik dan praktis dari penelitian:

1. Keunggulan akademik diantisipasi untuk meningkatkan referensi tentang komunikasi pemasaran di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar khususnya di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Keuntungan yang realistis, diantisipasi untuk menyediakan data atau informasi yang relevan untuk peneliti mendatang atau mahasiswa lain yang tertarik dengan studi komunikasi pemasaran.

#### **F. Defenisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahan makna dan kerancuan penafsiran, maka penulis memandang perlu adanya penjelasan sehingga maksud yang terkandung dalam penelitian ini akan memberikan batasan. Batasan yang dimaksud yaitu :

##### **1. Manajemen Komunikasi**

Manajemen komunikasi merupakan bagaimana cara yang digunakan dalam sebuah komunikasi yang bertujuan untuk tercapainya tujuan organisasi. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi. (Morissan, 2011) Proses manajemen komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah proses koordinasi interpretasi atau pengertian yang dibangun melalui interaksi antar manusia. Kemampuan berkomunikasi dilakukan dengan saling memahami pandangan dan kerangka berpikir masing-masing dalam lingkungan yang beragam.

##### **2. Komunikasi**

Pengertian komunikasi menurut salah satu pakar komunikasi Hafied Cangara bahwa sebuah kelompok sarjana komunikasi Amerika membagi bentuk-bentuk komunikasi kedalam lima tipe yakni, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organisation communication*), komunikasi massa (*mass communication*) dan komunikasi publik (*public communication*). (Hafied Cangara 1998)

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang digunakan dengan efek tertentu. Dalam hal ini Manajer sebagai komunikator memberikan pesan berupa arahan maupun bentuk motivasi kepada karyawan sebagai komunikan. Pesan disampaikan melalui media komunikasi *face to face* atau secara langsung, sehingga efek atau timbal balik dari karyawan dapat langsung di terima oleh manajer, misalnya ketika salah satu karyawan tidak mengerti dengan penjelasan pada saat meeting atau saat rapat yang diadakan harian, mingguan, bulanan, dan triwulan berlangsung, maka karyawan dapat secara langsung mengungkapkannya hal-hal yang tidak mengerti sehingga tidak timbul suatu permasalahan yang membuat seorang karyawan tidak bisa mengimplementasikan sesuatu yang sudah di infomasikan

### **3. Komunikasi Efektif**

Pengertian komunikasi efektif Secara etimologi, komunikasi dari bahasa Latin yaitu *communicatio* artinya pemberitahuan, memberi bahagian, pertukaran di mana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya. Kata kerjanya adalah *communicare* yang berarti bermusyawarah, berunding maupun berdialog. Jadi komunikasi berlangsung apabila orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna *communis in meaning*, mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Definisi komunikasi efektif, secara garis besar yaitu menyampaikan sesuatu dengan cara yang tepat dan jelas sehingga informasi yang kita sampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh orang lain. Komunikasi efektif menjadi salah satu hal penting di mana komunikator dapat menyampaikan pesannya secara baik dengan menggunakan media yang tepat dan dapat diterima oleh sasaran yang tepat.

### **4. Manajer**

Manajer adalah orang yang melaksanakan kegiatan manajemen. Dalam setiap organisasi misalnya organisasi bisnis, para manajer bertugas untuk memastikan bahwa keseluruhan tujuan yang telah ditetapkan oleh

organisasi dapat diwujudkan melalui rangkaian kegiatan manajemen, baik yang bersifat fungsional maupun bersifat operasional. Salah satu tugas atau peran seorang manajer yaitu harus bisa mengatasi konflik yang ada dalam suatu organisasi yang dipimpinnya sehingga setiap konflik itu dapat diselesaikan dengan baik dan tidak ada yang merasa dirugikan. Keahlian tersebut meliputi keahlian teknis, keahlian konseptual, keahlian berkomunikasi dan berinteraksi, keahlian dalam pengambilan keputusan, keahlian dalam pengaturan waktu, keahlian dalam manajemen global dan keahlian dalam teknologi. (Onong Uchyana Efendi, 2017).

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Komunikasi Organisasi**

##### **1. Pengertian Komunikasi Organisasi**

Teori komunikasi organisasi adalah pemikiran Karl Weick mengenai teori informasi organisasi. Bertolak belakang dengan pemikiran Weber mengenai birokrasi, Weick memandang struktur organisasi sebagai hasil dari pola-pola interaksi yang terjadi dalam organisasi. Anda mungkin dapat menyebutkan suatu struktur organisasi formal yang dapat menyebutkan suatu struktur organisasi formal yang dapat memaksakan pola interaksi tertentu, tetapi hal yang lebih menarik dari sudut pandang komunikasi adalah banyak-bentuk dan struktur yang ditentukan melalui cara-cara anggota organisasi saling berinteraksi satu sama lainnya. Teori-teori yang masuk ke dalam apa yang dinamakan dengan tradisi sibernetik (*cybernetics*) adalah suatu cabang ilmu komunikasi, atau disebut juga tradisi, yang menaruh kepedulian terhadap masalah-masalah komunikasi dan arus informasi sebagai salah satu sistem yang bersifat kompleks. Pemikiran Weick masuk ke dalam kelompok ini.

Tradisi sibernetika menempatkan komunikasi pada tataran terdepan dalam studi mengenai organisasi. Tradisi ini menjadikan komunikasi sebagai proses penting dalam hal bagaimana tercapainya struktur organisasi. Hal ini bertolak belakang dengan teori-teori sosiopsikologi yang memandang struktur organisasi hanya terdiri atas satu variabel saja (pimpinan). Kita akan membahas teori dari tradisi sibermatika, yaitu teori informasi organisasi oleh Karl Weick, teori ko-orientasi dari James Taylor, dan teori jaringan. Pada bab ini, kita akan membahas pemikiran Weick ini, sedangkan dua teori lainnya akan dibahas pada bab selanjutnya. (Simon & Alouini, 2004)

Teori informasi organisasi memiliki kedudukan penting dalam ilmu komunikasi karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau

basis bagaimana mengatur atau mengorganisasikan manusia dan memberikan pemikiran rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi. Menurut teori ini, organisasi bukanlah struktur yang terdiri atas sejumlah posisi dan peran tetapi merupakan kegiatan komunikasi, sehingga sebutan yang lebih tepat sebenarnya adalah *organizing* atau mengorganisasi ( yang menunjukkan proses) daripada *organization* atau *organisasi*, karena organisasi adalah sesuatu yang ingin dicapai melalui proses komunikasi yang berkelanjutan.

Karl Weick mengembangkan suatu pendekatan untuk menjelaskan proses organisasi dalam mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang diterimanya. Weick melihat organisasi sebagai suatu system yang menerima berbagai informasi yang membingungkan dan multitafsir dari lingkungannya dan berusaha untuk memahaminya. Dengan demikian, menurut teori ini, organisasi dalam perkembangannya akan mengalami evolusi seiring dengan upaya organisasi untuk memahami diri sendiri dan lingkungannya.(Muizu & Sule, 2017)

Weick mengajukan satu istilah kunci yaitu “ekuivokalitas” (berasal dari kata *equivocality*) yang berate ketidakpastian atau sulit dimengerti (komplikasi), tidak jelas, membingungkan dan multitafsir (ambigu) serta sulit diperkirakan. Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan, dalam derajatnya tertentu, adalah tidak pasti, tidak jelas dan membingungkan, dan kegiatan organisasi dirancang untuk mengurangi ketidakpastian tersebut.

Beberapa ahli teori komunikasi organisasi menggambarkan organisasi sebagai suatu system yang hidup (*living system*) yang melakukan proses kegiatan untuk mempertahankan keberadaannya dan menjalankan fungsinya. Suatu organisasi harus memiliki suatu prosedur untuk mengelola seluruh informasi yang ingin diterima atau dikirimkan untuk mencapai tujuannya. organisasi adalah system karena terdiri atas orang-orang atau kelompok yang saling berhubungan. Mereka saling bergantung satu sama lain untuk mencapai tujuan mereka.

Fokus dari teori informasi organisasi adalah komunikasi informasi, hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Sangatlah jarang satu orang atau satu bagian pada perusahaan memiliki seluruh informasi yang diperlukan untuk dapat menyelesaikan tugasnya. Informasi yang dibutuhkan untuk dapat menyelesaikan tugasnya. Informasi yang dibutuhkan berasal dari berbagai sumber . Namun demikian, tugas mengelola atau memproses informasi; bagian tersulit adalah bagaimana memahami informasi dan mendistribusikan informasi yang diterima itu di dalam organisasi.(Muhammad, 2009)

Untuk dapat memahami secara lebih baik proses ini, dan sebelum kita membahas mengenai teori informasi organisasi oleh Karl Weick, kita akan terlebih dahulu membahas dua teori penting yang memberikan pengaruh besar pada teori informasi organisasi

a. *Teori Sistem*

Weick menggunakan teori system (*general system theory*) untuk menjelaskan pengaruh informasi yang berasal dari luar organisasi ke dalam internal organisasi dan sebaliknya untuk memahami bagaimana organisasi memengaruhi lingkungan eksternalnya. Teori system juga digunakan Weick untuk mempelajari bagaimana organisasi mengelola informasi. Ludwing von Bertalanffy (1968) adalah seorang peneliti yang dianggap paling banyak menggunakan pendekatan system. Menurut Bertalanffy, pola-pola interaksi dan keseluruhan (*patterns and wholes*) selalu ada dalam setiap system. Jika terjadi gangguan pada salah satu bagian dalam setiap system. Jika terjadi gangguan pada salah satu bagian dalam suatu system, maka gangguan itu akan memengaruhi keseluruhan system. dalam system terdapat pola-pola interaksi yang kompleks di antara bagian-bagian dalam system, dan memahami berbagai interaksi ini akan membantu kita memahami keseluruhan system.

Teori system umum khususnya bermanfaat dalam memahami berbagai hubungan yang ada di antara berbagai bagian organisasi.

Organisasi sering kali terdiri atas berbagai departemen, tim atau kelompok yang berbeda. Walaupun masing-masing bagian memiliki tugas masing-masing secara independen, namun untuk mencapai tujuan organisasi membutuhkan kegiatan untuk saling berbagi informasi dan menginteraksi informasi itu untuk mencapai solusi dan kesimpulan. Organisasi bergantung pada kombinasi berbagai informasi sehingga dapat dilakukan penyesuaian yang dibutuhkan dalam upaya mencapai tujuan. Organisasi mungkin membutuhkan informasi tambahan, mereka perlu mengirimkan informasi kepada department atau orang lain dalam organisasi, atau dibutuhkan untuk memenuhi kewajiban dalam penyelesaian pekerjaan atau proyek, maka upaya mencapai tujuan akhir kemungkinan akan tertunda bagi keseluruhan organisasi.

Komponen penting dalam teori system untuk memahami informasi dalam organisasi adalah umpan balik (*feedback*), yaitu informasi yang diterima organisasi. Informasi yang diterima dapat dipandang sebagai positif atau negative. Organisasi dan anggotanya dapat memilih untuk menggunakan informasi untuk mempertahankan situasi yang ada atau memutuskan untuk dicapai pada sisten bersangkutan. Melalui umpan balik bagian-bagian organisasi dapat menentukan jika informasi yang diterima bersifat jelas dan mencukupi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Keputusan organisasi untuk meminta atau memberikan umpan balik menggambarkan pilihan selektif yang dibuat organisasi dalam upaya mencapai tujuannya. Jika organisasi mengharapkan untuk tetap dapat bertahan dan sekaligus mencapai tujuannya. Jika organisasi menerapkan untuk tetap dapat bertahan dan sekaligus mencapai tujuannya, maka organisasi bersangkutan akan melakukan siklus umpan balik untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan untuk mencapai tujuannya.

b. *Teori Evolusi Sosiokultural*

Perspektif kedua yang digunakan untuk menjelaskan proses yang dilakukan organisasi dalam mengumpulkan dan memahami informasi adalah *teori evolusi sosiokultural*. Tujuan akhir setiap organisasi pada dasarnya adalah bagaimana untuk tetap dapat bertahan. Walaupun pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan interaksi sosial yang terjadi dalam organisasi. (Hasmawati, 2019)

## 2. Bentuk-bentuk komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi memiliki hierarki yang didasarkan pada struktur organisasi dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Secara umum, proses dasar komunikasi hampir serupa dalam banyak konteks, namun struktur organisasi dapat mempengaruhi pola komunikasi dalam organisasi tersebut (Greenberg & Baron, 2010). Organisasi yang memiliki komunikasi yang bersifat terbuka akan berfungsi sebagai metode yang efektif untuk memberikan informasi kepada anggota organisasi. Berbagai bentuk komunikasi seperti komunikasi vertikal dan horizontal sangat penting sebagai upaya mengefektifkan komunikasi dalam struktur organisasi tersebut.)

a. Komunikasi Vertikal (*Vertical Communication*)

Komunikasi vertikal menggambarkan komunikasi yang dilakukan melalui proses *top-down* (dari atas ke bawah) sebagai pimpinan, eksekutif atau manajer lain yang mengkomunikasikan tujuan organisasi dan dukungannya kepada bawahan mereka (Bartels et al., 2010). Komunikasi vertikal terbagi dalam dua arah yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas.

1) Komunikasi Vertikal (*Vertical Communication*)

Komunikasi vertikal menggambarkan komunikasi yang dilakukan melalui proses *top-down* (dari atas ke bawah) sebagai pimpinan, eksekutif atau manajer lain yang mengkomunikasikan tujuan organisasi atau manajer lain yang mengkomunikasikan tujuan organisasi dan dukungannya kepada bawahan mereka (

Bartels et al., 2010). Komunikasi vertical terbagi dalam dua arah yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas.

## 2) Komunikasi Ke Bawah (*Downward Communication*)

Pola komunikasi ke bawah berarti komunikasi mengalir dari pimpinan atau atasan kepada anggota atau bawahan. Komunikasi ke bawah ada dalam bentuk komunikasi tertulis, seperti: penyampaian kebijakan organisasi, perintah tetap, aturan untuk staf atau karyawan, prosedur atau manual kerja, pedoman organisasi, dan lain sebagainya. Ketika berbentuk komunikasi lisan, misalnya menyampaikan informasi tentang tugas-tugas harian yang harus dikerjakan oleh bawahan. Dalam pola ini, komunikasi tulisan maupun lisan sama pentingnya untuk dilakukan dengan melihat situasi dan kondisi penerima pesan, tingkat persepsi penerima pesan, serta Bahasa yang digunakan. Komunikasi ke bawah dilakukan dengan tujuan untuk mencegah kesalahpahaman, mengetahui pendapat, merubah sikap, mengurangi ketakutan dan kecurigaan karena salah informasi atau kurang informasi, serta penyesuaian terhadap perubahan bagi anggota organisasi.

Setiap arus komunikasi dalam organisasi memiliki fungsi yang berbeda. Adapun fungsi komunikasi ke bawah dirangkum dari pendapat Adler et al.(2016); Canary & McPheee(2011); Liliweri (2014) sebagai berikut:

- (a) Fungsi perintah kerja dan rasionalisasi. Komunikasi ke bawah berfungsi untuk menyampaikan pesan atau informasi terkait instruksi atau pemberian tugas kerja dan bagaimana melaksanakannya (*job instruction*),serta penjelasan atau rasionalisasi mengapa tugas tersebut harus dilaksanakan dan diselesaikan (*job raonale*).
- (b) Fungsi prosedur dan pelaksanaannya (*procedures and practice*). Penyampaian pesan dan informasi terkait kebijakan, peraturan atau prosedur yang berlaku dalam organisasi yang

harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh bawahan atau anggota organisasi.

- (c) Fungsi umpan balik kinerja (*feedback performance*). Komunikasi ke bawah berfungsi untuk memberikan umpan balik atas kinerja yang telah dilakukan oleh bawahan, sekaligus sebagai motivasi atau penguatan untuk meningkatkan kinerja.
- (d) Fungsi khusus untuk membuat anggota organisasi terlibat dalam isu-isu organisasi dan dapat menerjemahkannya ke dalam suatu tindakan atau berupa kinerja di bawah perintah atau komando pimpinan.
- (e) Fungsi relasi yang mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan dengan membuat koordinasi dan pembagian peran antar department atau unit kegiatan.

Selanjutnya terdapat beberapa jenis komunikasi ke bawah diantaranya instruksi tugas, rasional, ideology, informasi, dan balikan. Berikut penjelasannya:

- (a) Instruksi tugas merupakan pesan yang disampaikan oleh pimpinan atau atasan kepada bawahan terkait dengan tugas atau pekerjaan yang harus dilakukan dan terdapat cara bagaimana melakukannya. Misalnya perintah langsung, deskripsi tugas, prosedur manual, dan lainnya.
- (b) Rasional merupakan pesan yang disampaikan berupa rasionalisasi atau penjelasan tujuan pekerjaan dan keterkaitannya dengan kondisi organisasi. Asumsi atasan terhadap bawahannya adalah orang atau kelompok yang memiliki motivasi yang tinggi, produktif, dan inovatif, maka ada kecenderungan bahwa pesan rasional yang disampaikan lebih banyak. Sebaliknya, apabila atasan beramsumsi kepada bawahannya tidak memiliki inisiatif, bekerja jika dipaksakan, maka komunikasi rasional cenderung diberikan sedikit.

- (c) Ideologi merupakan pesan yang bertujuan untuk mencari dukungan dan semangat dari bawahan untuk menguatkan motivasi dan loyalitas. Pesan ideologi sesungguhnya menjadi perluasan dari pesan rasional, dimana pesan rasional menekankan pada penjelasan tugas dan hal yang berkaitan dengan perspektif organisasi.
- (d) Informasi merupakan pesan yang disampaikan dengan tujuan untuk mengenalkan kepada bawahan terkait dengan visi misi organisasi, peraturan organisasi, praktek atau kebiasaan organisasi, keuntungan, dan data-data lain. Pesan informasi tidak ada kaitannya dengan pesan instruksi maupun pesan moral rasional. Misalnya *handbook* yang dibuat oleh bawahan.
- (e) Balikan merupakan pesan yang berkaitan dengan ketepatan bawahan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Misalnya adanya *reward* yang diberikan jika bawahan melakukan pekerjaan yang memuaskan dan ada *punishment* catatan atau kritikan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi ke bawah, diantaranya keterbukaan, kepercayaan terhadap pesan tulisan, pesan yang terlalu berlebihan, timing (waktu), dan penyaringan. Hal penting yang menjadi catatan adalah bahwa arus komunikasi dari atasan kepada bawahan tidak selalu berjalan dengan efektif. Adapun beberapa metode yang dapat dilakukan dalam menjalankan komunikasi ke bawah diantaranya metode yang efektif dan dapat digunakan yaitu:

- (a) ketersediaan atau kebiasaan. Metode yang sudah bisa dilakukan dalam organisasi tersebut dapat dipilih dan dapat juga dikombinasikan dengan metode lainnya.
- (b) Biaya. Metode yang digunakan tidak membutuhkan biaya yang besar, biasanya terkait dengan pesan dan informasi yang bersifat rutin. Namun, apabila informasi atau pesan tersebut

bersifat mendesak dan membutuhkan biaya yang tidak murah, maka biaya cenderung tidak menjadi pertimbangan utama.

- (c) relevansi atau keterkaitan. Metode yang ada kaitannya dengan tujuan penyampaian pesan akan cenderung dipilih. Seperti memo dapat digunakan untuk memberikan pesan yang pendek. Laporan digunakan untuk memberikan informasi yang lebih rinci, dalam, dan kompleks
- (d) Respons atau reaksi. Metode yang membutuhkan reaksi atau jawaban yang cepat terhadap informasi, maka metode lisan dan tatap muka dipilih, baik dalam bentuk pertemuan (*meeting*) maupun komunikasi secara interpersonal.
- (e) Keterampilan atau skill. Metode yang dipilih disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh komunikator (penyampaian pesan) maupun komunikasi (penerima pesan).

### 3) Komunikasi Ke Atas (*Upward Communication*)

POla komunikasi ke atas berkaitan dengan komunikasi yang dilakukan oleh bawahan kepada atasan. Komunikasi ke atas biasanya berupa pelaporan atas perintah yang telah diberikan. Misalnya dalam suatu perusahaan, bawahan melaporkan tingkat produksi, kinerja penjualan, reaksi terhadap pesanan, dan lainnya. Selain untuk menunjukkan kinerja, komunikasi ke atas juga menyampaikan gagasan atau inovasi yang dikembangkan, serta memberikan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab bawahan. Komunikasi tersebut dapat mencerminkan kondisi motivasi dan reaksi bawahan terhadap kebijakan organisasi. Aliran informasi dari bawah ke atas dapat membantu atasan untuk mengetahui tindakan, sikap, pendapat, maupun perasaan seseorang. Organisasi perlu memerikan iklim dan system *reward* atau insentif yang mendorong keefektifan komunikasi ke atas. Hal ini penting dilakukan untuk melihat adanya kecenderungan bawahan yang takut dinilai, takut tidak dihargai, hanya mencari muka sehingga

informasi yang disampaikan tidak relevan. Atasan juga perlu memiliki sikap terbuka dan bersedia untuk berbagi ide, gagasan, pendapat, atau pandangan dengan bawahan untuk pengembalian sebuah keputusan.

Menurut Pace & Faules, fungsi komunikasi ke atas diantaranya:

- a) Pimpinan atau atasan akan mengetahui kesiapan pegawai atau bawahannya dalam menerima informasi atau pesan, begitupun pimpinan dapat mempersiapkan diri menerima informasi yang disampaikan oleh bawahannya.
- b) Pimpinan atau atasan akan mendapatkan informasi yang penting dalam membuat keputusan atau kebijakan
- c) Memperkuat apresiasi maupun penghargaan, serta kesetiaan bawahan atau pegawai terhadap organisasi. Hal ini dapat terjadi karena bawahn diberi kesempatan untuk memberikan saran, gagasan, serta mengajukan pertanyaan.
- d) Pimpinan atau atasan dapat mengetahui munculnya konflik atau desas-desu yang bera di bawah.
- e) Pimpinan dapat mengevaluasi komunikasi yang selama ini dilakukan, apakah bawah atau pegawai memahaminya atau tidak.
- f) Bawahan atau pegawai dapat mengatasi kendala yang dihadapi dalam melaksanakan tugas, tanggung jawab, dan pekerjaannya, serta dapat memperkuat ketelibatannya dalam organisasi

Secara ideal, struktur organisasi yang disampaikan dapat menyediakan ruang yang sama terjadinya komunikasi kebawah maupun komunikasi ke atas. komunikasi organisasi yang efektif harus berjalan ke dua arah melalui hieraki organisasi. Namun, sayangnya komunikasi dari bagian bawah cenderung tidak mengalir

sebebas komunikasi dari atas ke bawah. Beberapa hambatan komunikasi ke atas tidak efektif menurut Cheney et al. (2011):

- a) Pimpinan gagal merespons ketika anggota organisasi memberikan informasi atau menyampaikan masalah. Kegagalan merespons pada akhirnya akan mengakibatkan tidak adanya komunikasi
  - b) Pimpinan cenderung defensive, maka anggota organisasi akan merahasiakan informasi
  - c) Sikap pimpinan memainkan peran penting dalam komunikasi ke atas mengalir. Jika pimpinan benar-benar mendengarkan, maka komunikasi ke atas akan meningkat.
  - d) Hambatan fisik atau pimpinan menjaga jarak bisa menghambat arus komunikasi ke atas
  - e) Jeda waktu antara komunikasi dan tindakan yang sangat lama bisa menghambat komunikasi ke atas. Jika sebuah kegiatan atau keputusan membutuhkan waktu yang lama sampai berbula-bulan untuk disetujui komunikasi ke atas akan terhalang
- 4) Komunikasi Horizontal atau Lateral (*Horizontal Communication*)

Pola komunikasi horizontal atau lateral mengacu pada komunikasi lintas departemen, bidang, atau divisi. Menurut Bartels et al. (2010), komunikasi horizontal digambarkan sebagai komunikasi yang terjadi melalui percakapan dengan rekan kerja atau departemen lain yang memiliki kedudukan yang sama dalam organisasi. Pola komunikasi ini tidak memiliki hubungan atasan dan bawahan seperti dalam komunikasi ke atas maupun komunikasi ke bawah. Komunikasi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda departemen ini bersifat informal dan sangat dibutuhkan untuk mendukung iklim organisasi yang kondusif. Komunikasi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda departemen ini bersifat informal dan sangat dibutuhkan untuk mendukung iklim organisasi

yang kondusif. Komunikasi ini dapat menjadi medium atau sarana yang dapat digunakan oleh supervisor, pekerja, dan manajer di tingkat akar rumput atau bawah untuk mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan atau program mereka. Misalnya dalam sebuah perusahaan, manajer produksi dan manajer pemasaran harus selalu berhubungan satu sama lain untuk mengetahui ekspektasi konsumen, pangsa pasar dan dikaitkan dengan tingkat produksi barang. Pada era ketebukaan jaringan dan digital saat ini, scenario komunikasi lateral tidak hanya terbatas pada departemen internal organisasi lainnya. Adapun fungsi komunikasi horizontal atau lateral diantaranya: pertama, memperbaiki komunikasi dan koordinasi terkait dengan pembagian tugas. kedua, sebagai upaya pencarian solusi dan memecahkan persoalan yang dihadapi. Ketiga, sebagai jalan untuk berbagi informasi, pengetahuan dan pengalaman. Keempat, sebagai upaya untuk penyelesaian konflik atau pertentangan yang sedang terjadi, baik diantara anggota organisasi atau lainnya. Kelima, sebagai medium untuk membina hubungan yang baik melalui kegiatan bersama diantara para anggota organisasi atau karyawan maupun yang memiliki jabatan atau posisi yang setara.

### **3. Hambatan-Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi**

Salah satu komponen komunikasi yang dapat mengganggu jalannya proses komunikasi adalah gangguan atau noise. Gangguan atau hambatan komunikasi adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mengekspresikan berbagai gangguan dan hambatan dalam komunikasi antara komunikator dan komunikan atau penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila pesan yang dikirimkan mengalami sedikit Distorsi. Gangguan atau hambatan komunikasi dapat berupa fisik, psikologis atau manusiawi, budaya, linguistik, teknis, meluber nya informasi, dan literasi.

Komunikasi yang terjadi dalam organisasi atau lembaga tentunya tidak terlepas dari hambatan. Hambatan inilah yang kemudian yang dapat

mengganggu proses komunikasi dan menimbulkan *noise*. Menurut harun (2008) Bahwa hambatan-hambata tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Latar Belakang (*Frame of refence*) Orang yang berbeda-beda dapat menafsirkan pesan komunikasi yang sama secara berbeda-beda pula tergantung dari pengalaman mereka sebelumnya. Hal ini kemudian menyebabkan perbedaan proses pembuatan dan penguraian sandi. Para ahli komunikasi sependapat bahwa hal inilah yang menjadi faktor paling penting yang dapat mengganggu kesamaan dalam komunikasi (*commonness*)
- b. Mendengarkan secara selektif  
Ini merupakan bentuk persepsi yang selektif yang mana seseorang cenderung mengaburkan informasi baru, khususnya jika informasi tersebut bertentangan dengan kepercayaannya. Jadi apabila seseorang pengarahan dari manajemennya, maka seseorang tersebut hanya akan mempertimbangkan hal-hal yang memperkuat kepercayaannya.
- c. Pertimbangan Nilai (*Value Judgements*)  
Dalam setiap situasi komunikasi, penerima akan mengadakan pertimbangan nilai. Pada dasarnya pertimbangan ini menyangkut pemberian nilai menyeluruh kepada sebuah pesan sebelum menerima seluruh komunikasi.
- d. Dapat dipercaya Sumber (*Source Credibility*)  
Dapat dipercaya sumber merupakan keyakinan, kepercayaan, keyakinan dan pengakuan penerima terhadap pesan dan tindakan komunikator. Tingkat kepercayaan penerima kepada komunikator selanjutnya langsung mempengaruhi pandangan dan reaksi penerima terhadap perkataan, gagasan, dan tindak komunikator.
- e. Persoalan Bahasa (*Semantic Problem*)  
Hal ini disebabkan kerana kadang kata-kata mempunyai arti yang berbeda bagi orang yang berbeda-beda pila, maka dari itu sangat

dimungkinkan bagi komunikator untuk berbicara dalam Bahasa yang sam dengan komunikan.

f. Penyaringan (*Filtering*)

Penyaringan atau *filtering* biasa terjadi dalam aruskomunikasi ke atas dalam organisasi atau lembaga. Penyaringan ini berhubungan dengan “manipulasi” informasi sedemikian sehingga informasi dapat ditangkap secara positif oleh penerimanya

g. Perbedaan status (*Status Differences*)

Sering kali organisasi atau lembaga menjelaskan tingkat-tingkat hierarkis melalui berbagi symbol seperti gelar atau titel, kantor, dan sebagainya. Perbedaan status semacam inilah yang dapat menimbulkan ancaman bagi seseorang yang lebih rendah kedudukannya dalam hierarki, yang mana dapat menimbulkan penyimpangan dalam komunikasi .

h. Tekanan Waktu (*Time Pressures*)

Tekanan waktu merupakan hambatan penting bagi komunikasi, *kortsleting* merupakan kegagalan dari system komunikasi yang ditentukan secara formal, yang seringkali diakibatkan oleh tekanan waktu. Ini berarti bahwa ada seseorang yang ditinggalkan dari saluran resmi komunikasi yang biasanya harus dimasukan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk menghilangkan hambatan komunikator yaitu:

- a. Buat dalam bentuk tulisan, langkah awal untuk menghindari hambatan komunikasi adalah membuat catatan. Catatlah setiap percakapan dan lihat ada kesalahan dalam proses berkomunikasi. Dengan begini, setiap pihak dapat melihat fakta dan kejelasan yang terjadi dalam proses komunikasi.
2. Buat pemberitahuan akan tingkat waktu, masukkan dalam kalender Anda tingkat waktu yang diperlukan dalam sebuah tugas ataupun proyek komunikasikan pemberitahuan ini kepada seluruh anggota

tim dan pastikan setiap orang mengetahui tenggat waktunya. Inilah cara untuk menghilangkan hambatan komunikasi yang kedua.

3. Mendengarkan orang lain, hilangkan persepsi, pikiran ataupun perasaan yang Anda buat sendiri. Ini hanya akan membawa Anda pada kemarahan, kekecewaan dan buruk bahkan stress cobalah untuk lebih mendengarkan apa yang dikatakan seseorang. Perhatikan kata-kata dan tujuan yang dimaksud oleh orang tersebut. Jika Anda tidak merasa jelas mintalah orang tersebut untuk mengklarifikasi nya mulailah mendengarkan orang lain. Cobalah untuk memahami permasalahan yang ada dan posisikan diri Anda bukan hanya dari satu sisi. Ini mungkin tidak membuat Anda nyaman tetapi ini adalah cara yang luar biasa untuk menghilangkan hambatan komunikasi.
4. Lebih fokus dengan tujuan, tugas atau proyek yang sedang dikerjakan, langkah selanjutnya untuk menghilangkan hambatan komunikasi adalah menetapkan tujuan yang jelas pergi tip. Tentukan siapa akan Bertanggung jawab pada apa. Ini akan menjadi landasan yang kuat dalam menjalani tugas, sehingga tidak akan terjadi miskomunikasi ataupun pekerjaan yang tumpang Tindih. Buatlah perencanaan mencakup tujuan, langkah yang akan dilakukan dan orang yang bertanggung jawab terhadap tugas tersebut. Ini menjaga setiap orang tetap fokus dan tahu harus menemui siapa jika membutuhkan sesuatu. Jika Anda melakukan ini secara berulang ulang saat terjadinya hambatan komunikasi, perencanaan akan membuat Anda melewati hambatan itu dengan mudah. Pikiran dan perasaan yang dibuat buat itu juga akan hilang. Tidak ada lagi ruang untuk interpretasi dan persepsi masing-masing.
5. Mengikuti Pelatihan, komunikasi yang buruk akan membawa dampak negatif bagi pekerjaan. Tetapi, memiliki keterampilan komunikasi bukanlah hal yang dapat dilakukan secara kilat. Anda

harus berkomitmen, memiliki jiwa pemimpin dan memiliki rencana yang jelas. Jadi, cobalah untuk mengikuti pelatihan komunikasi akan memberikan Anda ilmu pengen menghilangkan hambatan komunikasi. Libatkan juga anggota tim yang lain dalam pelatihan. Sehingga setiap orang akan memiliki kesempatan untuk memperbaiki atau bahkan meningkatkan kemampuan berkomunikasi.

6. Adakan pertemuan tetap wajah, cara selanjutnya yang dapat dilakukan untuk menghilangkan hambatan komunikasi adalah mengadakan pertemuan tetap wajah. Bertemu tetap aja ini merupakan cara untuk memastikan bahwa setiap orang di dalam tim telah memahami tujuan yang ada. Ini juga mampu membuat tim untuk melihat masalah yang terjadi dan menemukan cara untuk mengatasinya.
7. Hilangkan pembatasan hirarki, jangan takut untuk menentang ide tradisional yang dimiliki organisasi. Hilangkanlah batasan hirarki yang sering menjadi hambatan komunikasi. Sebagai pemimpin, Anda harus membuat setiap anggota tim merasa bahwa suara mereka juga didengar. Buatlah sebuah forum terbuka yang memungkinkan setiap orang menyampaikan pendapat dan gagasan yang mereka miliki untuk organisasi tanpa mempedulikan gelar yang mereka miliki. Inilah cara agar menumbuhkan komunikasi yang terbuka dan menghilangkan hambatan komunikasi.
8. Membangun komunikasi pro aktif sebagai prioritas, langkah selanjutnya untuk menghilangkan hambatan komunikasi adalah membangun komunikasi praktis dan menjadikannya sebagai prioritas. Jika terdapat kegagalan maka penyebabnya adalah komunikasi. Jika Anda membangun komunikasi praktis. Orang akan memiliki kesempatan untuk menyampaikan ide atau gagasan yang dimilikinya. Dan ketika tim Anda dihadapkan dengan

masalah, Anda dan tim akan dapat menemukan solusi untuk mengatasinya.

9. Belajar dari kegagalan komunikasi yang lalu. Ketika Anda menulis segala nama, maka Anda akan tahu letak miskomunikasi dan bagaimana mengatasinya. Ini akan menjadi rambu rambu peringatan bagi Anda di kemudian hari. Belajarlah dari pengalaman masa lalu dan jadikan pengalaman tersebut sebagai alat yang dapat membantu Anda menghilangkan hambatan komunikasi di hari depan.

#### Peranan Manager Dalam Komunikasi Organisasi

Kategori	Peran	Aktivitas	Contoh
<i>Informational</i>	Pemantau ( <i>Monitor</i> )	Dalam melakukan peranannya sebagai monitor, manajer memandang lingkungannya sebagai sumber informasi	Pemantauan dan membaca laporan – laporan kondisi industry
	Penyebar ( <i>Disseminator</i> )	Dalam peranannya sebagai penyebar ia menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebarkan kepada bawahannya.	Menyebarkan / membicarakan hasil pertemuan / rapat.
	Juru Bicara ( <i>Spokesperson</i> )	Peranan ini memiliki kesamaan dengan	Berpidato dalam

		<p>peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Perbedaannya ialah dalam hal caranya : jika dalam peranannya sebagai penghubung ia menyampaikan informasi secara pribadi dan tidak selalu resmi, namun dalam peranannya sebagai juru bicara tidak selamanya secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi</p>	<p>pertemuan dewan direksi membicarakan rencana pengembangan perusahaan.</p>
Antar Personal ( <i>Interpersonal</i> )	Tokoh ( <i>Figurehead</i> )	<p>Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat simbolik.</p>	<p>Upacara peresmian pembukaan pabrik baru.</p>
	Pimpinan ( <i>Leader</i> )	<p>Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab</p>	<p>Memotivasi karyawan supaya</p>

		<p>atas lacer tidaknya pekerjaan yang dilakukan bawahannya.</p> <p>Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen :</p> <p>penentuan kebijaksanaan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian.</p>	meningkatkan produktivitas
	Penghubung ( <i>Liason</i> )	<p>Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang orang diluar jalur komando vertikal baik secara formal maupun secara tidak formal.</p>	Rapat Asosiasi Industri dan mengkoordinir projek
Keputusan ( <i>Decisional</i> )	Wirausaha ( <i>Entrepreneur</i> )	Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan	Pengembangan dan menciptakan

		mengadakan penyesuaian terhadap perubahan kondisi lingkungannya.	ide – ide baru (inovasi) serta menyusun rencana strategis.
	Pengendali Gangguan ( <i>Disturbance handler</i> )	Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan menghilang.	Memberi solusi atas konflik yang terjadi antar dua pihak.
	Penentu sumber ( <i>Resource allocator</i> )	Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilaksanakan.	Meriviu dan merivisi permintaan anggaran.
	Perundingan ( <i>Negotiator</i> )	Manjer melakukan peranan perundingan bukan saja mengenai hal hal yang resmi dan langsung berhubungan dengan organisasi, melainkan	Mencapai kesepakatan dengan pemasok utama dan serikat pekerja atau kontrak.

		juga tentang hal hal yang tidak resmi dan tidak langsung berkaitan dengan organisasi.	
--	--	---	--

#### 4. Organisasi

Menurut Lubis dan Husaini (1987), organisasi merupakan sebuah kesatuan sosial yang terdiri dari sekelompok individu yang saling berinteraksi sesuai dengan pola tertentu. Setiap anggota organisasi memiliki peran dan tugas masing-masing, yang secara keseluruhan bertujuan untuk mencapai sasaran bersama. Organisasi juga memiliki batasan yang jelas sehingga dapat dibedakan secara tegas dari lingkungannya.

Sutarto (1985) mendefinisikan organisasi sebagai sebuah sistem yang saling memengaruhi antara individu dalam kelompok kerja yang berkolaborasi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu, Herbert dan Gullet menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah proses pembentukan dan penegakan struktur organisasi. Proses ini melibatkan identifikasi aktivitas yang diperlukan untuk mencapai sasaran organisasi, pengelompokan aktivitas secara logis, serta pemberian tugas kepada individu atau jabatan tertentu yang bertanggung jawab.

Menurut Barnard, organisasi adalah sistem aktivitas bersama yang melibatkan dua orang atau lebih. Dalam pandangannya, organisasi mencakup pengelompokan orang-orang untuk melakukan aktivitas kerja sama guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengorganisasian, menurut Henry Fayol (1974), mencakup penyusunan dan pengelompokan pekerjaan berdasarkan jenis, fungsi, urutan, waktu, dan kecepatan, sehingga tercipta kerja sama yang efektif dalam mencapai tujuan.

Griffin (1959) menambahkan bahwa pengorganisasian adalah sebuah proses di mana berbagai pekerjaan dikelompokkan dan disusun

sesuai dengan sifat dan fungsinya. Hasil dari proses ini adalah struktur organisasi. Weick (1979) menyebutkan bahwa meskipun organisasi memiliki struktur, pola reguler perilaku yang saling terkaitlah yang menentukan bagaimana organisasi bertindak dan berfungsi.

Pengorganisasian, menurut Weick, adalah aturan, konvensi, dan praktik yang disepakati bersama untuk mengurangi ketidakpastian dengan menggunakan perilaku berbasis pengalaman. Proses pengorganisasian melibatkan tiga tahap utama:

- a. Tahap Enactment: Anggota organisasi menciptakan kembali lingkungan mereka dengan menetapkan dan merundingkan makna dari suatu peristiwa.
- b. Tahap Seleksi: Aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan.
- c. Tahap Retensi: Informasi tentang cara organisasi merespons berbagai situasi disimpan untuk digunakan di masa mendatang.

Dengan demikian, organisasi dan pengorganisasian tidak hanya mencakup struktur formal tetapi juga melibatkan proses dinamis untuk menciptakan, mengelola, dan memanfaatkan pengalaman bersama.

#### a. Pengertian Organisasi

Organisasi berasal dari bahasa Yunani Organon, yang berarti “alat” (tool). Kata ini termasuk ke Bahasa Latin, menjadi organizatio dan kemudian ke Bahasa Perancis (abad ke-14) menjadi organization. Organisasi merupakan satu kesatuan yang utuh yang secara sadar dikoordinasikan secara sistematis dengan pembatasan ruang lingkup tertentu yang telah menjadi kesepakatan bersama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Beberapa orang yang terlibat dalam suatu organisasi akan selalu mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lain, secara terus menerus. Sekelompok orang ini akan terus melakukan adaptasi untuk menyesuaikan diri dengan tujuan-tujuan yang harus dicapai dalam organisasi.

Adanya organisasi bertujuan untuk mencapai sesuatu. “sesuatu” itu merupakan tujuan dan tujuan, biasanya tidak dicapai oleh individu-individu yang bekerja sendiri, atau jika mungkin hal tersebut dicapai secara lebih efisien melalui usaha kelompok.

Adapun pengertian organisasi menurut para ahli sebagai berikut:

1) Prof. Dr. Mr Pradjudi Armosudiro

Organisasi merupakan kerangka pembagian kerja dan kerangka tata komunikasikerja antara sekumpulan orang yang memegang posisi dan bekerjasama secara tertentu dan bersama-sama guna tercapainya tujuan tertentu.

2) Argyris

Organisasi adalah suatu strategi besar yang diciptakan individu-individu dalam rangka mencapai berbagai tujuan yang membutuhkan usaha dari banyak orang.

3) Prof Dr. Sondang P. Siagian

Organisasi merupakan setiap wujud persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terkait dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang mana terdapat seseorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut dengan bawahan.

4) E. Wight Bakke

Organisasi adalah suatu sistem berkelanjutan dari aktifitas-aktifitas manusia yang terdiferensiasi dan terkoordinasi, yang mempergunakan, mentransformasi, dan menyatupadukan seperangkat khusus manusia, material, modal, gagasan, dan sumber daya alam menjadi suatu kesatuan pemecahan masalah yang unik dalam rangka memuaskan kebutuhan-kebutuhan tertentu manusia dalam interaksinya dengan system - sistem lain dari aktifitas manusia dan sumber daya dalam lingkungannya.

## 5) Victor A. Thompson

Organisasi merupakan suatu integrasi dari sejumlah orang yang ahli yang bekerja sama dengan sangat rasional dan impersonal untuk mencapai tujuan- tujuan yang spesifik dan telah disepakati sebelumnya.

## 6) Stephen P. Robbins

Organisasi adalah suatu entitas sosial yang secara sadar terkoordinasi, memiliki suatu batas yang relative dapat diidentifikasi, dan berfungsi secara relatif kontinu (berkesinambungan) untuk mencapai suatu tujuan atau seperangkat tujuan bersama.

## 7) Mills dan Mills

Organisasi adalah Kolektivitas khusus manusia yang aktivitas-aktivitasnya terkoordinasi dan terkontrol dalam dan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut perspektif kelembagaan organisasi dapat didefinisikan sebagai satu kesatuan entitas sosial yang dikoodinasikan secara sadar, diikuti pembatasan - pembatasan yang secara relatif berkesinambungan dengan pengidentifikasian rambu-rambunya secara jelas serta senantiasa berupaya meraih pencapaian tujuan atau sekumpulan tujuannya secara bersama-sama (Robbis, 1990). Berangkat dari definisi tersebut, Daft (1980) menjelaskan empat prinsip utamanya, yaitu:

- 1) Organisasi merupakan entitas sosial yang terdiri atas manusia dan kelompok manusia. Fungsi penting dari keberadaan organisasi sepenuhnya hanyalah dan tiada lain sebagai wahana interaksi antar manusia.
- 2) Organisasi akan senantiasa terarah pada tujuan tertentu, dikarenakan keberadaan tujuan itulah merupakan perwujudan dari alasan berdirinya suatu organisasi. Tanpa formulasi tujuan berarti tak akan ada alasan bagi berdirinya organisasi. Tanpa adanya tujuan yang

jelas, hal ini berarti organisasi tidak lagi memiliki alasan bagi kehadirannya atau keberadaannya tertentu.

- 3) Organisasi mengandung sistem-sistem yang di koordinasikan secara rasional agar mampu meraih tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tugas - tugas keorganisasian secara objektif dipilah kedalam berbagai departemen agar tercapai tingkat efisiensi dan efektivitas yang semakin tinggi.
- 4) Organisasi memiliki rambu-rambu pembatas yang relatif teridentifikasi secara jelas, yang menentukan unsur mana saja yang termasuk bagian atau bukan bagian dari organisasi.

b. Tipe – tipe Organisasi

Herbert G. Hicks menyajikan aneka macam tipe organisasi sebagai berikut :

1) Organisasi-organisasi formal dan informal.

Sebuah organisasi formal memiliki suatu struktur yang terumuskan dengan baik, yang menentang hubungan otoritasnya, kekuasaan, akuntabilitas dan tanggung jawabnya. Struktur yang ada juga menerangkan bagaimana bentuk saluran-saluran, melalui apa komunikasi berlangsung. Organisasi-organisasi formal, menunjukkan tugas-tugas terspektif bagi masing-masing anggotanya. Hirarki sasaran-sasaran organisasi formal, dinyatakan secara ekspilisit. Status, prestise, imbalan, pangkat dan jabatan, serta prasyarat-prasyarat lainnya terurutkan dengan baik dan terkendalikan. Organisasi-organisasi formal tahan lama, dan mereka terencana; dan mengingat bahwa ditekankan mereka keteraturan, maka mereka relative bersifat tidak fleksibel. Contoh-contoh organisasi-organisasi formal adalah misal perusahaan-perusahaan besar, badan- badan pemerintah dan universitas.

Organisasi-organisasi informal, terorganisasi secara lepas dan mereka bersifat fleksibel, tidak terumuskan dengan baik, dan

sifatnya secara spontan. Keanggotaan pada organisasi-organisasi informal dicapai baik secara sadar, maupun tidak sadar. Organisasi - organisasi informal dapat dialihkan wujudnya menjadi organisasi-organisasi formal, apabila hubungan-hubungan yang dirumuskan dan yang terstruktur tidak dilaksanakan dan diganti dengan hubungan baru yang tidak terspesifikasi dan tidak dikendalikan.

## 2) Organisasi-organisasi Primer dan Organisasi Sekunder

Organisasi-organisasi primer menuntut keterlibatan lengkap, pribadi, dan emosional para anggotanya. Organisasi-organisasi demikian dicirikan oleh hubungan-hubungan yang bersifat pribadi, langsung, spontan, dan tatap muka. Mereka berlandaskan ekspektasi timbal balik, dan bukan kewajiban-kewajiban yang dirumuskan dengan eksakta. Contoh tentang organisasi primer adalah misalnya: keluarga tertentu, orang-orang yang berdedikasi tinggi pada profesi mereka, dan organisasi - organisasi yang menimbulkan kuasa-kuasa yang menyentuh hati para anggota mereka. Organisasi - organisasi primer pada dasarnya tujuan-tujuan memberikan kepuasan.

Pada organisasi-organisasi sekunder, dilain pihak hubungan-hubungan yang bersifat intelektual, rasional, dan kontraktual. Disini hubungan bersifat formal dan impersonal, dengan kewajiban-kewajiban yang dinyatakan secara eksplisit. Organisasi-organisasi sekunder bukanlah tujuan-tujuan yang memberikan kepuasan, tetapi mereka memiliki anggota-anggota, karena mereka menyediakan alat-alat yang memenuhi tujuan-tujuan para anggota tersebut.

Para anggotanya melibatkan diri mereka secaramterbatas, pada organisasi-organisasi demikian. Untuk banyak karyawan, mahasiswa, organisasi-organisasi mereka masing-masing hanya menunjukkan komitmen terbatas. Sebagai contoh misalnya dapat dikatakan bahwa seseorang karyawan misalnya dapat membuat

perjanjian dengan pihak majikannya dimana ia setuju untuk memberikan output atau upaya tertentu dengan mendapat imbalan gaji sebanyak jumlah tertentu. Kontrak demikian adalah terbatas mengingat bahwa baik sang karyawan maupun pihak majikannya tidak akan mengekspektasi bahwa mereka melaksanakan kinerja melampaui persetujuan mereka. Suatu organisasi dapat memiliki anggota-anggota tertentu, bagi siapa organisasi yang bersangkutan bersifat primer, sedangkan anggota-anggota lain organisasi yang sama mungkin menganggap organisasi tersebut sebagai hal yang sekunder. Jelas kiranya bahwa potensi untuk produktifitas pada organisasi-organisasi primer, melampaui organisasi-organisasi sekunder.

Pada organisasi-organisasi primer, para anggota organisasi bersedia memberikan atau mencurahkan upaya mereka secara total, sedangkan organisasi - organisasi sekunder anggota-anggota hanya melibatkan diri mereka secara persial.

- 3) Organisasi-organisasi yang diklasifikasikan berdasarkan sasaran pokok mereka.

Setiap organisasi dengan tujuan mencapai sasaran atau sasaran-sasaran tertentu, yang secara luas dapat dirumuskan untuk memuaskan kebutuhan, keinginan, atau sasaran-sasaran para anggota. Kita dapat mengklasifikasikan suatu organisasi sesuai dengan sasaran-sasaran khusus para anggotanya, yang berusaha dipenuhi olehnya :

- a) Organisasi-organisasi pelayanan (service organizations), yang siap membantu orang-orang tanpa menuntut pembayaran penuh dari masing- masing pihak yang menerima service yang bersangkutan.
- b) Organisasi-organisasi ekonomi (economic organizations), yaitu organisasi-organisasi yang menyediakan barang-barang dan

jasa-jasa sebagai imbalan untuk pembayaran dalam bentuk tertentu (koperasi-koperasi, penyewa apartemen- apartemen).

- c) Organisasi-organisasi religius (religious organizations), yang memenuhi kebutuhan spiritual dari anggotanya (masjid).
- d) Organisasi-organisasi pelindung (protective organizations), yang memberikan perlindungan kepada orang-orang dari bahaya (departemen-departemen kepolisian-ABRI, pemadam kebakaran).
- e) Organisasi-organisasi pemerintah (government organizations), yang memenuhi kebutuhan akan keteraturan dan kontinuitas (pemerintah pusat- pemerintah daerah).
- f) Organisasi-organisasi sosial (social organizations), yaitu organisasi-organisasi yang memenuhi kebutuhan sosial orang-orang untuk mencapai kontak dengan orang lain, kebutuhan akan identifikasi dan bantuan akan timbal balik (organisasi-organisasi yang dinamakan klub-klub, tim-tim untuk tujuan tertentu).

#### c. Karakteristik Organisasi

Definisi di atas juga menegaskan bahwa secara umum organisasi mempunyai lima karakteristik utama, yakni (1) unit/entitas sosial, (2) beranggotakan minimal dua orang, (3) berpola kerja yang terstruktur, (4) mempunyai tujuan yang ingin dicapai, dan (5) mempunyai identitas diri. Penjelasan masing-masing karakteristik sebagai berikut.

##### 1) Unit/Entitas Sosial

Organisasi adalah rekayasa sosial hasil karya manusia (man-made) yang bersifat tidak kasat mata (intangible) dan abstrak sehingga organisasi sering disebut sebagai artificial being. Karena sifatnya tersebut, dengan demikian organisasi lebih merupakan realitas sosial ketimbang sebagai realitas fisik. Meski bukan sebagai realitas fisik, bukan berarti bahwa organisasi tidak membutuhkan

fasilitas fisik. Fasilitas fisik, seperti gedung, peralatan kantor, ataupun mesin-mesin, masih tetap dibutuhkan (meski tidak harus dimiliki) karena dengan fasilitas fisik inilah sebuah organisasi bisa melakukan kegiatannya. Di samping itu, dari fasilitas fisik ini pula, orang luar mudah mengenali adanya entitas sosial. Meski begitu, tidak berarti pula bahwa hanya dengan semata-mata merujuk pada keberadaan fasilitas fisik kita bisa mendefinisikan adanya sebuah organisasi. Sebagai contoh, sebelum ditutup pemerintah, Bank X bisa disebut sebagai organisasi karena merupakan realitas sosial.

Namun, setelah itu, meski gedung - gedungnya masih berdiri megah dan logo X masih menempel di gedung tersebut, Bank X sebagai realitas sosial sudah berakhir dan yang tinggal hanyalah realitas fisik yang tidak lagi bisa disebut sebagai organisasi. Sebagai entitas sosial, organisasi umumnya didirikan untuk jangka waktu yang relatif lama, bisa berumur puluhan tahun atau ratusan tahun bahkan bisa mencapai waktu yang tidak terbatas. Keberadaan sebuah organisasi tidak terkait dengan masih ada/tidaknya pendiri organisasi tersebut. Sekalipun para pendiri sudah tidak lagi terlibat dengan organisasi karena meninggal dunia atau karena alasan lain, hal itu tidak menyebabkan organisasi tersebut dengan sendirinya bubar. Sebagai contoh, Matsushita Electric Industrial (MEI) perusahaan elektronik terkenal dari Jepang yang didirikan pada tahun 1930-an sampai sekarang masih eksis meski pendirinya Kenosuke Matsushita sudah lama meninggal dunia. Organisasi kadang-kadang juga sengaja didirikan untuk jangka waktu tertentu (bersifat ad hoc) dan dengan sendirinya bubar atau dibubarkan setelah kegiatan yang berkaitan dengan pendirian organisasi tersebut berakhir. Kegiatan sebuah proyek atau kepanitiaan misalnya merupakan beberapa jenis organisasi yang mempunyai umur terbatas. Panitia pesta pernikahan, panitia penyelenggaraan pekan olahraga nasional (PON), atau panitia pembangunan masjid

segera dibubarkan manakala kegiatan pernikahan, kegiatan olahraga, atau kegiatan pembangunan masjid tersebut selesai dikerjakan.

## 2) Beranggotakan Minimal Dua Orang

Sebagai hasil karya cipta manusia, organisasi bisa didirikan oleh seseorang yang mempunyai kemampuan, pengetahuan, dan sarana lainnya. Kadang- kadang juga didirikan oleh dua orang atau lebih yang sepakat dan mempunyai ide yang sama untuk mendirikan organisasi. Tanpa melihat siapa yang mendirikan atau berapa pun banyaknya pendiri sebuah organisasi, yang pasti manusia dianggap sebagai unsur utama dari organisasi. Tanpa keterlibatan manusia, sebuah entitas sosial tidak bisa dikatakan sebagai organisasi. Bahkan, secara ekstrem bisa dikatakan bahwa tidak ada satu pun organisasi yang tidak melibatkan manusia dalam kegiatannya. Artinya, keterlibatan manusia dalam organisasi adalah sebuah keharusan. Istilah populernya adalah *organization is by people for people*, organisasi didirikan oleh manusia untuk kepentingan manusia. Namun, untuk dikatakan sebagai organisasi, seseorang tidak bisa bekerja sendirian, misalnya hanya dibantu mesin-mesin atau robot, tetapi harus melibatkan orang lain; satu orang, dua orang, tiga orang, atau lebih yang bekerja sama dalam satu ikatan, baik dalam ikatan fisik, tempat kerja yang sama, maupun dalam satu jaringan kerja. Dengan kata lain, salah satu persyaratan agar sebuah entitas sosial disebut organisasi adalah harus beranggotakan dua orang atau lebih agar kedua orang tersebut bisa saling kerja sama, melakukan pembagian kerja, dan terdapat spesialisasi dalam pekerjaan.

## 3) Berpola Kerja yang Terstruktur

Prasyarat bahwa organisasi harus beranggotakan minimal dua orang menegaskan bahwa berkumpulnya dua orang atau lebih belum dikatakan sebagai organisasi manakala berkumpulnya dua

orang atau lebih tersebut tidak terkoordinasi dan tidak mempunyai pola kerja yang terstruktur.

#### 4) Mempunyai Tujuan

Organisasi didirikan bukan untuk siapa-siapa dan bukan tanpa tujuan. Manusia adalah pihak yang paling berkepentingan terhadap didirikannya sebuah organisasi. Organisasi didirikan karena manusia sebagai makhluk sosial sukar untuk mencapai tujuan individualnya jika segala sesuatunya harus dikerjakan sendiri. Kalau toh dengan bekerja sendiri, tujuan individual tersebut bisa dicapai, tetapi akan lebih efisien dan efektif jika cara pencapaiannya dilakukan dengan bantuan orang lain melalui sebuah organisasi. Artinya, didirikannya sebuah organisasi bertujuan agar sekelompok manusia yang bekerja dalam satu ikatan kerja lebih mudah mencapai tujuannya ketimbang mereka harus bekerja sendiri-sendiri. Dalam hal ini, harus dipahami bahwa meski ada kerja sama di antara sekelompok orang dalam satu ikatan kerja, tidak bisa diinterpretasikan bahwa tujuan mereka sama. Ada kemungkinan tujuan masing-masing individu berbeda, tetapi kesediaan mereka berada dan bergabung dalam sebuah organisasi menunjukkan bahwa mereka mempunyai kesepakatan untuk saling membantu dalam mencapai satu setujuan, baik tujuan masing-masing individu (tujuan anggota organisasi) maupun tujuan organisasi itu sendiri (tujuan para pendiri organisasi).

#### 5) Mempunyai Identitas Diri

Sekelompok manusia diorganisasi untuk melakukan kegiatan, jadilah sekelompok manusia tersebut sebagai entitas sosial yang berbeda dengan entitas sosial lainnya. Sebuah lagu berbeda dengan lagu lainnya melalui nada suaranya dan sebuah pohon berbeda dengan pohon lainnya melalui bentuknya, tetapi tidak demikian dengan organisasi.

Perbedaan satu entitas sosial dengan entitas sosial lainnya sulit untuk diduga karena beberapa alasan. Pertama, sifat organisasi yang intangible dan abstrak menyulitkan seseorang untuk melihat atau menyentuh organisasi. Kedua, organisasi sebagai subsistem dari sistem sosial yang lebih besar memungkinkan para anggotanya saling berinteraksi dengan anggota masyarakat di luar organisasi. Bahkan, ketiga, sering terjadi bahwa seseorang menjadi anggota lebih dari satu organisasi sehingga batasan organisasi seolah-olah menjadi kabur kalau batasan tersebut hanya dilihat dari keanggotaan seseorang.

Meski demikian, bukan berarti sebuah organisasi tidak mempunyai batasan dan identitas diri. Identitas diri sebuah organisasi secara formal misalnya bias diketahui melalui akta pendirian organisasi tersebut yang menjelaskan siapa yang menjadi bagian dari organisasi dan siapa yang bukan, kegiatan apa yang dilakukan, bagaimana organisasi tersebut diatur, atau siapa yang mengaturnya. Di samping itu, organisasi juga dapat diidentifikasi melalui variabel yang sifatnya informal dan sulit dipahami, tetapi keberadaannya tidak diragukan. Variabel tersebut biasa disebut sebagai budaya. Seorang antropolog dari Filipina F. Landa Jocano bahkan menegaskan bahwa sekelompok orang yang bekerja sama tidak akan dikatakan sebagai organisasi manakala kelompok tersebut tidak mempunyai budaya. Jadi, budaya dalam hal ini dianggap sebagai variabel yang menjadi karakteristik sebuah organisasi dan membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya.

#### d. Sistem system Organisasi

Organisasi-organisasi merupakan sistem-sistem. Sistem-sistem merupakan kumpulan elemen yang berkaitan satu sama lain yang membantu mencapai suatu tujuan atau melaksanakan fungsi tersebut.

Organisasi-organisasi yang berfungsi dari tiga (3) macam subsistem sebagai berikut:

1) Subsistem transformasi

Sistem transformasi adalah tahapan kejadian atau elemen yang langsung berkaitan dengan upaya menghasilkan output yang dikehendaki. Organisasi-organisasi memiliki sebuah sistem transformasi dimana input menjadi output. Sistem "T" memiliki pula tiga buah subsistem. Yang pertama fungsi impor. Impor harus melalui proses-proses yang kadang - kadang bersifat sederhana, tetapi kadang-kadang bersifat kompleks. Setelah input berada didalam organisasi yang bersangkutan, maka input tersebut diubah melalui sejumlah tugas yang dilaksanakan orang-orang pada fungsi kedua dinamakan "konversi". Fungsi ekspor bertugas untuk menerima produk selesai. Dan memindahkan ke lingkungan, dimana barang atau jasa diperlukan.

2) Sistem sosial

Sistem sosial mempunyai aneka macam bentuk, struktur dan hasil. Ada elemen-elemen tertentu, pada sebuah sistem sosial yaitu:

- a) Motivasi
- b) Nilai-nilai
- c) Norma-norma
- d) Komunikasi

Kepemimpinan yang mencapai bentuk tertentu dan yang selaras satu sama lain, hingga sistem sosial yang bersangkutan mendapatkan kualitas tertentu. Kebijakan, struktur, dan prosedur mempengaruhi sistem sosial tersebut, dan sebaliknya ia juga mempengaruhi sistem-sistem lain.

3) Sistem administrative.

Pada kelompok-kelompok kecil yang bersifat relative stabil, orang-orang yang bekerja sama dan dapat dan biasanya mereka mengkoordinasikan upaya mereka untuk mencapai sasaran-

sasaran yang diterapkan. Apabila kelompok-kelompok menjadi lebih besar, dan andaikata tugas-tugas menjadi makin terspesialisasi, dan lingkungan menjadi makin kurang stabil, serta apabila output berubah atau tujuan-tujuan menjadi terfragmentasi, maka kondisi alamiah demikian menjadi rusak. Dalam situasi demikian, diperlukan upaya yang dipertimbangkan dengan matang, untuk menimbulkan koordinasi. Secara tipikal, satu orang mengambil alih tugas untuk memimpin dan mengarahkan upaya pihak lain, agar supaya mereka terkoordinasi.

Ada macam-macam cara menghadapi ketiadaan koordinasi, tetapi kita lebih memperhatikan sifat-sifat umumnya.

Pertama-tama mereka ditujukan kearah tujuan yang sama, yaitu menyediakan koordinasi, dimana tidak ada kordinasi. Kedua, fungsi tersebut memerlukan upaya yang dipertimbangkan dengan matang terlepas dari pekerjaan yang langsung terlibat sehubungan dengan upaya mencapai sasaran. Ketiga, ia dilaksanakan secara sadar, karena ia bersifat formal dengan derajat yang berbeda-beda. Upaya tersebut yang terpisah dengan upaya yang berhubungan dengan sistem "T", merupakan bagian dari sebuah sistem administrasi atau manajerial di mana outputnya berupa koordinasi sisa dari berbagai upaya dalam organisasi yang bersangkutan.

### Manajer

Manajer adalah individu yang memiliki tanggung jawab dalam menjalankan proses manajemen untuk mencapai suatu tujuan (Griffin, 2012). Secara khusus, tugas seorang manajer meliputi merancang dan membuat keputusan, mengendalikan, membimbing, serta mengelola sumber daya manusia, keuangan, fisik, dan informasi. Selain itu, manajer juga bertanggung jawab dalam mengoordinasikan dan mengawasi pekerjaan orang lain agar tujuan organisasi tercapai (Robbins & Coulter, 2011). Lebih jauh

lagi, manajer juga diartikan sebagai seseorang dengan posisi strategis dalam organisasi yang memiliki wewenang untuk memberikan arahan dan perintah kepada bawahannya. (Falsafani, 2022)

Menurut Henry Mintzberg (1973), Manajer menjalankan tiga peran utama, terlepas dari posisi hierarkisnya. Ketiga peran tersebut adalah peran hubungan antarpribadi (interpersonal role), peran informasional (informational role), dan peran pengambilan keputusan (decisional role).

Peran hubungan antarpribadi (interpersonal role) terbagi menjadi tiga bagian:

- a) Tokoh utama (figurehead): Manajer mewakili organisasi dalam berbagai situasi dan kesempatan.
- b) Pemimpin (leader): Manajer bertindak sebagai pemimpin yang membina hubungan dengan bawahannya, seperti memberikan bimbingan, motivasi, pengembangan, dan kontrol.
- c) Penghubung (liaison): Manajer berinteraksi dengan staf, kolega, dan pihak eksternal untuk memperoleh informasi.

Peran informasional (informational role) juga terdiri dari beberapa bagian:

- a) Pemantau (monitor): Manajer mencari dan menerima informasi dari dalam dan luar organisasi, dengan tujuan memahami lingkungan operasionalnya.
- b) Penyebar informasi (disseminator): Manajer bertanggung jawab mengelola penyebaran informasi kepada karyawan dalam organisasi.
- c) Juru bicara (spokesperson): Manajer menyampaikan informasi ke pihak luar organisasi, berbeda dengan disseminator yang fokus pada penyebaran informasi internal.

Peran pengambil keputusan (*decisional role*) mencakup empat bagian:

- a) Wirausahawan (*entrepreneur*): Manajer berperan dalam mengelola perubahan dalam organisasi dengan mengusulkan ide-ide baru.
  - b) Penanganan gangguan (*disturbance handler*): Manajer bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi organisasi.
  - c) Pengalokasi sumber daya (*resource allocator*): Manajer mendistribusikan sumber daya seperti waktu, dana, dan tenaga kerja untuk memastikan pelaksanaan pekerjaan organisasi.
- Negosiator (*negotiator*): Manajer terlibat aktif dalam negosiasi dengan pihak eksternal.

#### Komunikasi Efektif

Perusahaan pasti berkomunikasi baik secara internal maupun eksternal untuk menjalankan bisnis mereka. Untuk meningkatkan keuntungan dan menarik konsumen, komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan. Menurut Crosky, Larson, dan Knapp (2001), komunikasi yang efektif memerlukan tingkat akurasi yang tinggi antara pengirim dan penerima informasi. Komunikasi yang efektif tercapai ketika pengirim dan penerima berbagi pemahaman, perilaku, dan bahasa yang sama. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, beberapa komponen berikut diperlukan:

- a) Pengkodean (*Encoding*): Informasi harus dikodekan dengan jelas agar dapat dimengerti oleh penerima.
- b) Penguraian (*Decoding*): Penerima harus mampu memahami informasi yang diberikan. Penting untuk menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan penerima.
- c) Konteks (*Context*): Komunikasi dipengaruhi oleh lingkungan, lokasi, usia, gender, dan kecerdasan penerima.

- d) Bahasa Tubuh (Body Language): Bahasa tubuh yang akurat dapat memperkuat pemahaman dalam komunikasi.
- e) Gangguan (Interference): Emosi negatif dapat menghambat komunikasi yang efektif.
- f) Pikiran Terbuka (Be Open-minded): Bersikap terbuka dan tidak terlalu cepat menghakimi atau mengkritik pendapat orang lain.
- g) Mendengarkan Aktif (Active Listening): Mendengarkan dengan penuh perhatian meningkatkan pemahaman.
- h) Refleksi (Reflection): Mengonfirmasi dan merangkum pesan yang disampaikan oleh pihak lain untuk memastikan pemahaman.

Komunikasi yang efektif dalam bisnis adalah komunikasi yang dapat mempengaruhi perilaku atau sikap konsumen. Sebagai contoh, komunikasi yang efektif antara perusahaan dan konsumen dapat mendorong konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Rochmah, komunikasi yang efektif adalah yang dapat mengubah sikap semua pihak yang terlibat. Untuk mengubah perilaku konsumen, perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan konsumen, misalnya melalui strategi manajemen hubungan pelanggan. Dalam studi ini, kerangka kerja dari Bourne (2013) digunakan untuk memahami manajemen komunikasi yang efektif. Lima langkah penting dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan adalah:

- a) Mengidentifikasi kepentingan perusahaan.
- b) Memprioritaskan kebutuhan konsumen.
- c) Merencanakan strategi pengelolaan yang diperlukan.
- d) Melibatkan konsumen.
- e) Memantau komunikasi dengan konsumen sepanjang proses.

## **B. Penelitian Relevan**

1. Refika Mastanora Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di Masa Pandemi Covid-19 (2021). Dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian yang penulis dapatkan bahwa Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di Kantor Camat Lima Kaum di Masa Pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan monitoring dan evaluasi, melakukan pertemuan dengan karyawan minimal satu kali sebulan, menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, dan melengkapi. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Refika Mastanora dengan penulis mengacu pada kegunaan dari komunikasi dimana kegunaan strategi komunikasi dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan restoran Titik Kumpul Batusangkar.
2. Rusnawati Strategi Komunikasi Kepimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Dinas Perhubungan Gayo Lues (2020). Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa strategi komunikasi pada Dinas Perhubungan yang dilakukan oleh Pimpinan dengan pegawainya sudah baik meski komunikasi yang dilakukan tidak bersifat verbal melainkan non verbal yaitu dialihkan pada Sekretarisnya dan didukung oleh aturan-aturan yang berlaku, aturan ini diterapkan pada bagian dari strategi Dinas perhubungan Gayo Lues tersebut yaitu tentang kedisiplinan dalam bekerja, apabila ada pegawai yang masih melanggar aturan tersebut maka akan diberikan sanksi mulai dari ringan, sedang dan berat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ada pada judul, judul penulis yaitu “Strategi Komunikasi Manajer dalam menjaga pelayanan pada restaurant titik kumpul batusangkar
3. Tafya Farra Dillasari (2022), dengan judul penelitian Strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada toko elektronik sinar jaya baru di Kabupaten Kendal, pada penelitian ini berfokus untuk

melihat bagaimana strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di toko elektronik sinar jaya baru di kabupaten Kendal. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas bagaimana mempertahankan loyalitas pelanggan dan karyawan menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan perbedaannya pada penelitian ini hanya mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan karyawan saja sedangkan penelitian sekarang juga mencari tahu bagaimana komunikasi manajer dapat di mengerti oleh karyawan agar dapat mengimplementasikan tugas-tugas yang sudah ada

4. Novita Suciwulandari (2020), dengan judul penelitian Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Swalayan Kud Sukomaju Desa Gelanglor Sukorejo Ponorogo. Penelitian ini berfokus tentang mengetahui penerapan pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Swalayan KUD Sukomaju Desa Gelanglor, Sukorejo, Ponorogo dan untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang ada di Swalayan KUD Sukomaju Desa Gelanglor, Sukorejo, Ponorogo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah Sama-sama mengkaji strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini hanya mengkaji dan membahas dari pada strategi kualitas pelayanan tidak membahas komunikasi manajer seperti penelitian sekarang.
5. Muhammad Iqbal (2022), penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Bandar Lampung. Penelitian ini berfokus tentang bagaimana mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik terhadap kinerja pegawai DISDUKCAPIL Kota Bandar Lampung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah Sama-sama membahas bagaimana Strategi dari komunikasi untuk dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam perusahaan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dari wawancara orang-orang yang diamati. Penelitian lapangan (field research), yaitu research yang dilakukan dikancah atau dimedan terjadinya gejala- gejala. (Sugiyono, 2014).

Karena penelitian ini tidak menekankan pada pembuktian hipotesis dengan menggambarkan fenomena melalui angka dan statistika. Penelitian ini menetapkan posisinya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif yang dilakukan pada situasi sosial yang mana melibatkan tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis dari objek penelitian (restoran titik kumpul). Sehingga akan ditemukan data murni dari apa yang terjadi di lapangan.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat.

##### **2. Waktu Penelitian**

**Tabel 3.1**  
**Waktu penelitian**

NO.	Kegiatan	Agustus	September	Oktober	Novemb er	Juni
1.	Penyusunan Proposal Skripsi					
2.	Bimbingan Proposal Skripsi					
3.	Seminar Proposal Skripsi					
4.	Perbaikan Proposal Setelah Selesai Seminar					
5.	Penelitian					
6.	Bimbingan Skripsi					
7.	Agenda Munaqasah					
8.	Sidang Munaqasah					

### C. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variable penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian. (Yusup, 2018)

Adapun instrumen pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus ditelusuri lebih dalam, serta apa yang sudah atau belum ditanyakan kepada responden, adanya pedoman wawancara juga mempermudah peneliti untuk membuat kategori saat melakukan analisis data. Pedoman wawancara ini dapat berupa daftar pertanyaan, buku dan catatan yang di butuhkan dalam wawancara. Handphone sebagai alat perekam dan alat dokumentasi Handphone merupakan alat serbaguna yang sangat membantu dalam penelitian ini, karena bisa digunakan sebagai alat bantu agar tidak ada informasi yang terlewatkan dan selama wawancara peneliti dapat berkonsentrasi kepada pertanyaan yang akan diberikan tanpa harus mencatat. Handphone juga memudahkan peneliti mengulang kembali hasil wawancara agar dapat diperoleh data yang utuh, sesuai dengan apa yang disampaikan oleh responden dalam wawancara. Dan handphone juga digunakan sebagai alat untuk dokumentasi.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah Strategi komunikasi Manager dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Restoran Titik Kumpul

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulka data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (focus grub discussion FGD). (Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, 2015: 67). Penelitian

ini langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan data yang langsung dari Pemilik Usaha, Manajer, Karyawan, pembeli.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. (Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, 2015: 68) Adapun sumber data sekunder pada penelitian ini adalah dokumentasi di Titik Kumpul Cafe dan Resto. Mengenai jurnal-jurnal yang terkait.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

### 1. Observasi

Observasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek, baik secara langsung maupun tidak langsung lazimnya menggunakan teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian kualitatif. Observasi awal yang penulis lakukan adalah dengan langsung kelapangan dengan mengamati dan melakukan wawancara dengan panduan daftar wawancara.

### 2. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2018) wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan Tanya jawab langsung dengan menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian dengan bertanya langsung kepada responden. Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah penelitian sendiri, dimana peneliti melakukan pengumpulan data dan menganalisis data. Pada penelitian ini penulis atau peneliti dibantu dengan instrument pendukung seperti field note, Hp, dan daftar wawancara. Instrument penelitian ini melalui wawancara yang dilakukan penulis dengan Manajer restoran titik kumpul.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersumber dari data tertulis dalam bentuk buku sumber. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu berbentuk gambar, foto, sketsa dan lain- lain. Instrument yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah wawancara dengan Manajer dan Karyawan Titik Kumpul Cafe dan Resto, selanjutnya mengambil dokumentasi di lapangan seperti, foto dan gambar sebagai bukti pendukung penelitian melakukan observasi awal.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan aktivitas pemilihan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data digunakan untuk menyederhanakan data agar dapat dengan mudah dipahami. Reduksi data yang digunakan ini mempunyai bentuk analisis berupa penyatuan, penggolongan, pengarahannya dan membuang data yang tidak diperlukan. (Pahleviannur, 2022) Data yang direduksi dalam penelitian ini adalah hasil wawancara penulis dengan pihak Manajer Titik Kumpul Cafe dan Resto. Penulis mereduksi data dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu kegiatan dalam pembuatan laporan dari hasil penelitian yang telah dilakukan agar data yang telah dikumpulkan dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dengan adanya penyajian data dapat memudahkan penulis dalam pembuatan analisis data dan membuat proses pengambilan keputusan dan kesimpulan lebih tepat, cepat dan akurat.

### 3. Kesimpulan dan verifikasi

Dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Verifikasi merupakan

langkah peninjauan ulang terhadap catatan-catatan lapangan dengan cara menelaah kembali dan dengan bertukar pikiran. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahapan pengumpulan data berikutnya. (Hasibuan, 2021)

Dalam penelitian ini langkah-langkah yang penulis lakukan setelah wawancara dan dokumentasi didapatkan datanya, maka data-data yang dibutuhkan diambil kemudian dikelompokkan berdasarkan poin-poin yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti yaitu Strategi komunikasi Manager dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Restoran Titik Kumpul.

#### **G. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah trigulasi sumber. Triangulasi sumber adalah proses uji keabsahan data penelitian yang sudah diperoleh pada sumber yang berbeda. (Sigit Hermawan dan Amrullah, 2016: 225). Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan dalam berbagai waktu :

##### **1. Triangulasi Sumber**

Adalah triangulasi yang mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi. Kemudian peneliti akan memusatkan perhatian, mengklasifikasikan dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik interprestasinya.

##### **2. Triangulasi Waktu**

Pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam artinya dalam waktu atau situasi yang berbeda (Sugiyono, 2016). Triangulasi waktu artinya pengembalian data dilakukan pada berbagai kesempatan yaitu pagi, siang dan sore.

## BAB IV

### TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Penelitian

##### 1. Temuan Umum

##### Sejarah Restoran Titik Kumpul



Gambar 4.1 Restoran Titik Kumpul

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang dan menjamur di berbagai tempat, tidak terkecuali di Batusangkar. Bermula dari seorang pengusaha pakaian yang melihat tanah kosong di salah satu tempat di Batusangkar dan berpikir untuk membuka sebuah usaha Café and Resto di tanah kosong yang luas tersebut. Beliau memutuskan untuk memulai bisnis kuliner agar, warga lokal juga dapat berpengaruh dalam bisnis bidang kuliner di Batusangkar. Sebuah resto and cafe bernuansa alam, dengan menyuguhkan pemandangan hijau, yang berhasil berdiri pada Kamis 7 Maret 2024 dikelola oleh, Bapak Adi Mursal

Restoran Titik Kumpul didirikan dengan gagasan besar untuk menciptakan tempat yang tidak hanya menjadi lokasi menikmati makana, tetapi juga ruang kebersamaan yang mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan pengunjung dari segala usia, berawal dari keresahan pendirinya yang sering kesulitan menemukan tempat yang bisa memenuhi kebutuhan keluarga secara menyeluruh, di mana anak-anak memerlukan tempat bermain yang aman, remaja membutuhkan ruang yang nyaman untuk bersosialisasi, dan orang tua mendambakan suasana bersantap yang tenang dan tradisional, sehingga lahirlah ide untuk menghadirkan sebuah lokasi yang tidak hanya menyediakan makanan berkualitas, tetapi juga berbagai fasilitas yang mendukung kebahagiaan semua pihak dalam satu tempat yang terintegrasi.

Nama Titik Kumpul dipilih sebagai simbol tempat berkumpul yang tidak hanya mempersatukan secara fisik tetapi juga secara emosional, menjadi ruang di mana keluarga, teman, hingga komunitas dapat berbagi momen, cerita, dan kenangan dalam suasana yang hangat dan menyenangkan, mencerminkan keinginan untuk menjadikan restoran ini sebagai pusat pertemuan yang menyatukan perbedaan selera dan kebutuhan dengan harmoni, serta menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pengunjung.

Demi mewujudkan konsep tersebut, restoran ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas, mulai dari playground modern untuk anak-anak yang dirancang aman dan menyenangkan sehingga memberikan kesempatan bagi orang tua untuk bersantai tanpa khawatir, kafe bergaya modern minimalis yang menawarkan suasana hangat dan nyaman bagi mereka yang ingin menikmati waktu santai sambil menyeruput kopi atau mengobrol bersama teman, saung tradisional yang memberikan pengalaman bersantap dengan nuansa pedesaan yang tenang dan autentik, waterboom yang dirancang untuk

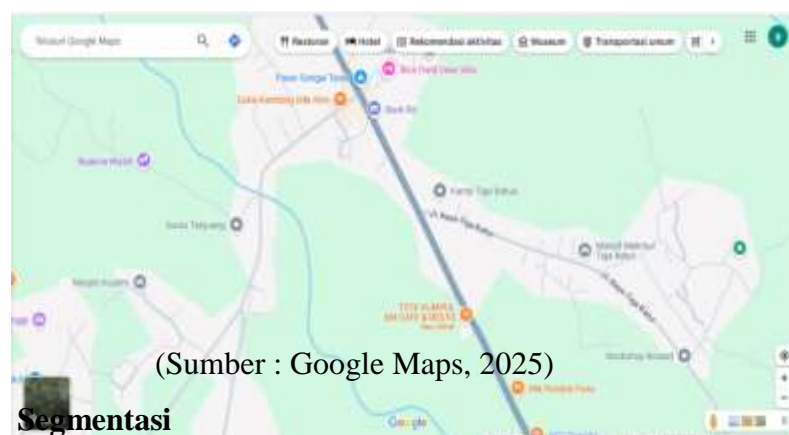
memberikan hiburan air yang menyegarkan bagi seluruh keluarga sehingga menciptakan keceriaan dan kehangatan bersama, hingga minimarket yang menyediakan berbagai kebutuhan harian, mulai dari makanan ringan, minuman, hingga produk esensial lainnya, sehingga pengunjung tidak perlu meninggalkan lokasi untuk memenuhi kebutuhan mereka, menjadikan restoran ini sebagai tempat yang benar-benar praktis, lengkap, dan menyenangkan bagi semua kalangan.

Dengan perpaduan fasilitas yang lengkap, suasana yang ramah, dan konsep yang matang, Titik Kumpul menjadi lebih dari sekadar restoran—ia adalah destinasi utama untuk menciptakan kebersamaan, melepas penat, dan menikmati kebahagiaan bersama orang-orang tercinta, menjadi tempat di mana setiap individu dapat merasakan kenyamanan, kebahagiaan, dan harmoni yang tak tertandingi dalam satu lokasi yang mengutamakan kebersamaan sebagai inti dari segala sesuatu.

### **Lokasi**

1. Restoran Titik Kumpul terletak di Jl. Raya Batusangkar, Sungai Tarab, Kab Tanah Datar, Batusangkar,
2. Telp : 0811669973/085274743780
3. Instagram : @titikkumpulsm
4. Titik Kumpul Resto & Café

Gambar 4.2 Peta Lokasi Titik Kumpul



Segmentasi pasar sebagai kegiatan membagi-bagi pasar/market yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Terdapat beberapa variabel dalam segmentasi, yaitu secara geografis, demografis dan psikografis.

- 1) Secara geografis target market Titik Kumpul Café And Resto terletak di Batusangkar dan sekitarnya.
- 2) Secara demografis, segmentasi pasar yang dibagi oleh Titik Kumpul Café And Resto adalah mahasiswa, keluarga dan wisatawan.
- 3) Secara psikografis, target market Titik Kumpul Café And Resto termasuk ke dalam menengah ke atas dan menengah kebawah.

### **Logo**

Gambar 4.3 Logo Restoran Titik Kumpul

### **Struktur**

Owner : Jendrival

Manager : Adi Mursal

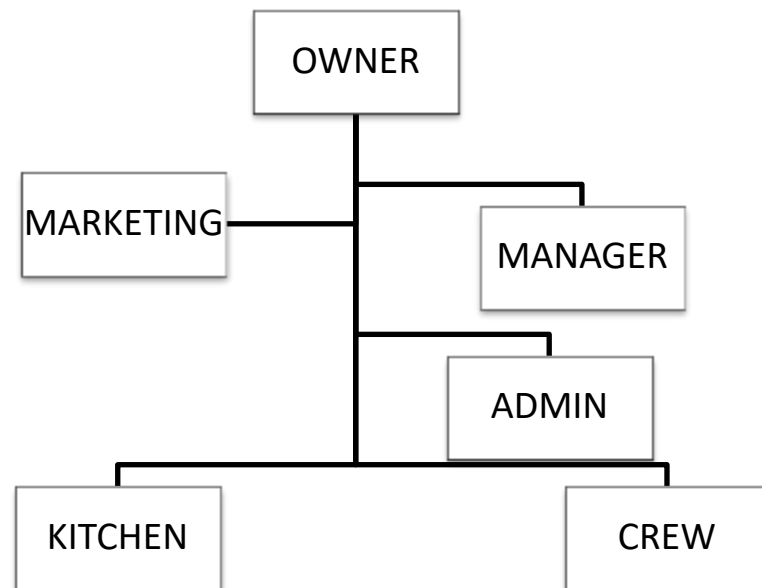
Marketing : Robbi Purnama

Admin : Thariq

Kitchen : 8 Orang

Crew : Terdiri dari 15 Orang





#### 1) Owner

Merupakan pemilik usaha kuliner Titik Kumpul Café and Resto, sebagai penggagas adanya kafe yang sekarang menjadi sebuah tempat kuliner yang bertugas antara lain:

- a) Menyiapkan tujuan utama usaha kuliner.
- b) Melakukan pengawasan atas kepengurusan karyawan Titik Kumpul Café and Resto
- c) Melakukan kontrol secara keseluruhan atas operasional Rumah Makan.
- d) Bertanggung jawab dalam memajukan usaha

#### 2) Manager operasional

- a) Mengorganisir team agar dapat mencapai target penjualan.
- b) Membuat peraturan kerja, menetapkan harga, dan juga penghasilan.
- c) Mengkoordinasi dan bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional.

### 3) Marketing

- a) Bertanggungjawab dalam melakukan pengawasan dan pendataan untuk penjualan produk.
- b) Bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan yang baik pada konsumen atau pengunjung agar mereka merasa nyaman.
- c) Membuat perencanaan bentuk promosi yang sesuai dengan tujuan, memilih media yang sesuai dengan target sasaran.

### 4) Admin

- a) Melaporkan secara berkala mengenai penggunaan dan pemasukan dana.
- b) Mencatat pengadaaan dana secara utuh dan tetap pada waktunya.
- c) Membuat laporan keuangan.
- d) Mengelola dana anggaran perusahaan untuk disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

### 5) Kitchen

Fungsi dan peranan kitchen di restoran titik kumpul adalah sebagai sebuah ruangan untuk pengolahan makanan dan minuman maka fungsi kitchen sangat penting, yaitu sebagai:

- a. Pusatnya makanan berawal dan berakhir. Tempatnya bahan-bahan pangan diolah hingga dihias untuk lebih menarik tampilan.
- b. Media perkenalan budaya bangsa, yang berupa sajian kuliner nusantara. Tujuannya agar lebih dikenal oleh mancanegara.
- c. Dapur sebagai tempat untuk eksperimen untuk menghasilkan resep-resep baru.
- d. Dapur juga sebagai alat tolak ukur kualitas restoran melalui pengolahan makanan dan penyajiannya.

Sementara untuk peranan kitchen di Titik Kumpul adalah kitchen memiliki peranan yang sangat penting di sebuah Restoran.

Mereka memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan restoran. Bahkan restoran sangat mengandalkan olahan makanan dari dapur untuk menarik banyak tamu.

Di restoran juga terkadang sering sekali melakukan promosi untuk setiap menu baru dan lama yang ada di kitchen, mengubah tampilan makanan menjadi lebih bagus dan kekinian sehingga diharapkan tamu restoran ingin memesan makanan tersebut dan ketagihan untuk membelinya kembali, karena memiliki tampilan yang menarik dan rasanya yang enak.

Kemudian juga untuk kepuasan tamu restoran dalam memenuhi kebutuhan tamu restoran selama mengiapi. Demi menjaga kepuasan tamu restoran kitchen juga selalu menjaga kualitas bahan makanan yang akan dimasak agar tercipta suatu makanan yang berkualitas dan rasa yang enak, serta selalu menjaga hygiene dan sanitasi sesuai dengan standar operasional yang berlaku dalam pengelolaan bahan makanan dan alat-alat untuk memasak agar di dapatkan hasil yang maksimal.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan operasional kitchen di Restoran Titik Kumpul adalah selalu menjaga kualitas bahan makanan yang akan di masak dengan cara melakukan first in first out atau FIFO merupakan singkatan dari first in first out atau dalam Bahasa Indonesia adalah bahan baku makanan yang pertama kali masuk akan dikeluarkan terlebih dahulu, hal ini menjelaskan bahwa bahan baku makanan yang pertama kali masuk itulah yang pertama kali dicatat dari nama bahan baku, tanggal masuk dan tanggal kadaluarsa.

Bahan baku makanan akan disimpan ke dalam chiller pada urutan terbelakang, setiap pengambilan bahan baku makanan secara otomatis bahan baku yang dibelakangkan maju dan dicatat pengambilannya pada form list. Adanya standar recipe atau resep, semua menu makanan yang ada di restoran dari mulai makanan

nusantara seperti: ayam taliwang, ayam geprek, ayam cabe ijo, ayam sambal matah, ayam geprek, ayam cianjur, iga bakar, buntut bakar, sop iga, sop daging, nasi goreng dan lain lain, dalam pengelolaan makanan tersebut diharapkan presentasi rasa dan tampilan tetap sama dalam setiap penyajian makanan.

Serta selalu mengadakan training atau pelatihan di semua menu makanan yang terdapat di restoran dari mulai dari makanan appetizers, maincourse, dessert, mempersiapkan dan melatih staf atau karyawan supaya agar lebih ahli dan professional dalam mengolah makanan seperti mengadakan training salah satu menu makanan, briefing setaip hari sebelum dan sesudah beraktifitas di kitchen, dan chef executive dan chef de'partie yang ada di kitchen selalu memeriksa setiap olahan makanan dari bahan yang digunakan sampai presentasi makanan dan juga tidak sungkan untuk langsung berbicara kesalahan –kesalahan yang ada pada saat operasional di kitchen sehari – hari.

Serta selalu menjaga kebersihan dan kerapihan area dapur seperti selalu membersihkan kitchen sebelum dan sesudah beraktifitas dari mulai membersihkan cutting board, wastafel, chiller atau pendingin makanan, menyapu dan mengepel lantai.

Dan selalu menjaga kebersihan diri sendiri dalam melakukan operasional sehari – hari di kitchen, seperti menggunakan pakaian yang safety untuk berada di kitchen, menggunakan pakaian yang bersih, rapih, dan wangi, dan selalu memotong kuku, dan tidak lupa selalu mencuci tangan saat sebelum dan sesudah beraktifitas di kitchen.

Kemudian restoran juga harus menyediakan dan melengkapi alat – alat memasak dari mulai jumlah kompor yang banyak, alat – alat memasak yang lengkap dan berjumlah lebih dari satu, serta alat memasak khusus seperti blender, microwave, mixer roti, oven dan

chiller harus dalam keadaan baik dan berjumlah banyak, sebab berguna untuk efisiensi waktu dalam membuat makanan.

#### 6) CREW

Memiliki tugas untuk bertanggung jawab terhadap pelayanan pada konsumen mengenai pemesanan makanan atau minuman, mengantar pesanan konsumen, serta transaksi pembayaran yang dilakukan di kasir

## 2. Temuan Khusus

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dari wawancara orang-orang yang diamati. Penelitian lapangan (*field research*), yaitu *research* yang dilakukan di lapangan atau di medan terjadinya gejala-gejala. (Sugiyono, 2014).

karena penelitian ini tidak menekankan pada pembuktian hipotesis dengan menggambarkan fenomena melalui angka dan statistika. Penelitian ini menetapkan posisinya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif yang dilakukan pada situasi sosial yang mana melibatkan tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis dari objek penelitian (restoran titik kumpul). Sehingga akan ditemukan data murni dari apa yang terjadi di lapangan.

Adapun hasil penelitian yang penulis lakukan kepada manajemen Restoran Titik Kumpul, maka diperoleh data yang akan dijabarkan oleh penulis berdasarkan sub fokus di bawah:

### a. Komunikasi Organisasi Manajer dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Di Restoran Titik Kumpul?

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terkait Komunikasi Organisasi Manajer dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Di Restoran Titik Kumpul. Peneliti mendapatkan informasi dari manajer titik kumpul. Ada beberapa pertanyaan yang peneliti ajukan kepada informan, yaitu:

Pertumbuhan yang pesat dalam industri kuliner menuntut setiap bisnis kuliner untuk dapat bersaing agar bisa tetap bertahan didalam industry tersebut. Maka dalam menghadapi persaingan tersebut bisnis kuliner harus mempunyai strategi-strategi untuk dapat berkembang, agar dapat selalu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggannya. Dalam bisnis kuliner pelanggan merupakan prioritas utama, upaya yang dapat dilakukan restoran yaitu melihat kebutuhan dan keinginan pelanggan menjadi faktor utama dalam keberhasilan sebuah restoran. Salah satu faktor utama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dari sebuah restoran. Seperti halnya yang peneliti temui di lapangan bahwa di restoran titik kumpul dalam menjaga kualitas pelayanan masih kurang sehingga manajemen harus melakukan pembenahan dan strategi manajemen dalam menjaga kualitas pelayanan, seperti yang disampaikan oleh manajer Pak Adi sebagai berikut:

Pak Adi Menjelaskan :*"Kami menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti briefing pagi, grup WhatsApp, dan rapat mingguan untuk menyampaikan informasi terbaru dan memastikan semua karyawan memahami tugas mereka. Selain itu, kami selalu membuka ruang untuk diskusi jika ada kendala."*

Sedangkan Karyawan menjelaskan:*"Manajer kami selalu memberikan arahan yang jelas, terutama melalui briefing harian sebelum restoran buka. Jika ada masalah di lapangan, kami bisa langsung menyampaikan lewat grup komunikasi atau berbicara langsung."*

Gambar 4.4 sedang melakukan briefing



Tujuan komunikasi untuk memastikan semua karyawan mahami apa yang harus dilakukan Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan melalui informasi dari manajer dan karyawan, diketahui bahwa manajer secara rutin mengadakan briefing setiap pagi. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memastikan bahwa seluruh tim memahami tugas dan tanggung jawab mereka, sehingga kualitas pelayanan di restoran dapat terus terjaga. Briefing pagi tersebut juga menjadi momen penting bagi manajer untuk menyampaikan arahan, memberikan motivasi, serta menjelaskan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam operasional hari itu. Dengan adanya komunikasi langsung ini, diharapkan seluruh karyawan dapat bekerja dengan lebih terorganisir dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Melalui wawancara yang telah peneliti lakukan dapat dilihat bahwa komunikasi antar karyawan sangat penting dalam menjaga kualitas pelayanan, Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan melalui informasi dari manajer dan karyawan, untuk menjaga komunikasi antara dapur dan pelayanan setiap shif memiliki seorang supervisor untuk menjaga komunikasi

Kemudian Peneliti menanyakan Bagaimana manajer menerima masukan dari karyawan untuk menjaga kualitas pelayanan?

Manajer: "*Kami membuka forum komunikasi setiap minggu, di mana karyawan bebas memberikan masukan. Selain itu, kami juga menyediakan kotak saran jika mereka ingin memberikan masukan secara anonim.*"

Karyawan: "*Manajer kami selalu mendengarkan masukan. Jika ada ide untuk memperbaiki layanan, kami bisa langsung menyampaikannya, dan mereka benar-benar mempertimbangkan usulan kami.*"

Kemudian penulis menanyakan Bagaimana manajemen memastikan pelanggan merasa puas dengan komunikasi pelayanan di restoran?

Manajer: "*Kami melatih karyawan agar ramah, responsif, dan mampu memberikan penjelasan dengan baik kepada pelanggan. Kami juga mengevaluasi kepuasan pelanggan melalui survei singkat atau langsung bertanya kepada mereka.*"

Karyawan: "*Kami diajarkan untuk selalu mendengarkan keluhan pelanggan dengan sabar dan menyelesaikannya secepat mungkin. Jika ada masalah yang sulit diselesaikan, kami akan meminta bantuan manajer.*"

Pelanggan: "*Pelayanannya sangat baik. Saya selalu diberi penjelasan dengan detail, terutama saat bertanya tentang menu. Ini membuat saya merasa nyaman dan dihargai.*"

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari informasi manajer dan karyawan, diketahui bahwa manajer secara aktif membuka forum komunikasi yang bertujuan untuk memberikan ruang bagi karyawan agar dapat bebas menyampaikan masukan,

ide, maupun saran terkait peningkatan kualitas pelayanan di restoran. Hal ini menunjukkan komitmen manajemen dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung partisipasi aktif dari seluruh karyawan. Selain itu, manajer rutin mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan melalui survei singkat atau interaksi langsung. Karyawan menyatakan bahwa mereka diajarkan untuk mendengarkan keluhan pelanggan dengan sabar dan segera mencari solusi. Jika menghadapi masalah yang sulit diselesaikan, karyawan dapat meminta bantuan langsung dari manajer. Dari sisi pelanggan, mereka merasakan pelayanan yang sangat baik, dengan penjelasan detail yang diberikan, terutama terkait menu, sehingga menciptakan kenyamanan dan rasa dihargai selama berada di restoran.

Kemudian peneliti menanyakan Apa kendala utama dalam komunikasi organisasi di restoran, dan bagaimana cara mengatasinya?

Manajer: "*Kendala utama biasanya muncul saat restoran sangat sibuk, sehingga komunikasi menjadi lebih sulit. Untuk mengatasinya, kami memastikan pembagian tugas yang jelas dan memberikan pelatihan tentang cara tetap tenang di bawah tekanan serta pemberian alat komunikasi walkie talkie kepada setiap karyawan.*"

Karyawan: "*Kadang saat restoran ramai, komunikasi bisa terhambat karena semua orang sibuk. Tapi dengan sistem yang ada, seperti kode komunikasi atau supervisor serta adanya alat komunikasi, masalah ini bisa diatasi.*"

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari informasi manajer dan karyawan, kendala utama dalam komunikasi biasanya terjadi saat restoran sangat sibuk, yang menyebabkan alur komunikasi menjadi lebih sulit. Manajer menjelaskan bahwa untuk

mengatasi hal ini, pembagian tugas yang jelas diterapkan dan pelatihan khusus diberikan kepada karyawan agar mereka dapat tetap tenang di bawah tekanan serta pemberian alat komunikasi yaitu walkie talkie kepada setiap karyawan. Dari sisi karyawan, mereka mengungkapkan bahwa meskipun komunikasi terkadang terhambat ketika restoran penuh, adanya sistem pendukung seperti penggunaan alat komunikasi tersebut dan peran supervisor membantu mengatasi hambatan tersebut, sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen komunikasi organisasi di restoran *Titik Kumpul* berjalan dengan cukup baik. Manajer memainkan peran penting dalam memastikan alur komunikasi yang efektif, baik melalui briefing, evaluasi, maupun forum terbuka. Karyawan menunjukkan kemampuan untuk berkomunikasi secara responsif dan cepat, sementara pelanggan merasakan dampak positif dari komunikasi yang baik antara manajemen dan staf.

Kendala yang terjadi, seperti hambatan komunikasi saat restoran sibuk, dapat diminimalkan melalui pelatihan, teknologi pendukung, dan pembagian tugas yang jelas. Dengan demikian, restoran dapat terus menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan

Pak Adi menjawab “*dari pribadi saya sendiri untuk meningkatkan semangat kerja karyawan dalam bekerja saya melakukan beberapa hal seperti memberikan bonus kepada karyawan untuk memotivasi karyawan yang lain supaya lebih serius dan semangat dalam bekerja, selanjutnya saya memberikan waktu untuk libur 1 kali seminggu kepada karyawan supaya karyawan tidak merasa capek dalam bekerja*”.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, manajer restoran menerapkan pola komunikasi vertikal ke bawah melalui briefing pagi dan instruksi langsung saat jam kerja. Komunikasi juga dilakukan melalui grup WhatsApp sebagai media koordinasi cepat, terutama saat restoran penuh.

Selain itu, komunikasi horizontal antarpegawai terlihat aktif saat jam kerja, meskipun tidak jarang terjadi miskomunikasi ketika restoran sedang ramai. Komunikasi informal seperti obrolan santai setelah kerja juga digunakan sebagai momen penyampaian saran secara tidak resmi.

Pola komunikasi yang dibentuk manajer menunjukkan adanya sistem komunikasi organisasi yang terbuka namun masih memiliki tantangan dalam efektivitas penyampaian pesan di jam padat.

#### **b. Tantangan dan hambatan manager dalam menjaga kualitas pelayanan**

Peneliti menanyakan kepada Pak Adi tentang tantangan utama yang dihadapi oleh Restoran Titik Kumpul dalam menjaga kualitas pelayanan. Peneliti ingin memahami hambatan-hambatan yang muncul dalam proses menjaga pelayanan.

Manajer: "*Hambatan utama biasanya muncul saat restoran sangat sibuk, sehingga komunikasi menjadi lebih sulit. Untuk mengatasinya, kami memastikan pembagian tugas yang jelas dan memberikan pelatihan tentang cara tetap tenang di bawah tekanan.*"

Karyawan: "*Kadang saat restoran ramai, komunikasi bisa terhambat karena semua orang sibuk. Tapi dengan sistem yang ada, seperti kode komunikasi atau supervisor, masalah ini bisa diatasi.*"

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari informasi manajer dan karyawan, kendala utama dalam komunikasi biasanya terjadi saat restoran sangat sibuk, yang menyebabkan alur komunikasi menjadi lebih sulit.

Manager :*"ketika restoran ramai sesama karyawan juga tidak bisa saling berkomunikasi dengan cukup baik, karena masing masing dari mereka sibuk dengan pengambilan orderan serta pelayanan terhadap tamu yang datang, oleh karena itu masing masing dari karyawan diberikan alat komunikasi seperti walkie talkie agar memudahkan mereka dalam berkomunikasi*

Manajer menjelaskan bahwa untuk mengatasi hal ini, pembagian tugas yang jelas diterapkan dan pelatihan khusus serta pemberian alat komunikasi diberikan kepada karyawan agar mereka dapat tetap tenang di bawah tekanan dan dapat berkomunikasi antar sesama karyawan. Dari sisi karyawan, mereka mengungkapkan bahwa meskipun komunikasi terkadang terhambat ketika restoran penuh, adanya sistem pendukung seperti penggunaan kode komunikasi dan peran supervisor serta pemberian alat komunikasi diberikan kepada karyawan membantu mengatasi hambatan tersebut, sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

Hambatan lain yang terjadi di restoran titik kumpul menurut pak adi yaitu kurangnya pemahaman karyawan dengan system pelayanan terhadap pelanggan

Manager :*"karyawan juga kurang memahami bagaimana pelayanan terhadap pelanggan, mereka belum paham system pelayanan yang baik tetapi dengan melakukan breafing serta memberikan edukasi terhadap para karyawan mereka sudah mulai bisa melakukan pelayanan dengan baik"*.

Manajer menjelaskan bahwa untuk mengatasi hal ini, manajer melakukan breafing terhadap karyawan setiap pagi serta

memberikan arahan dan edukasi kepada setiap karyawan sehingga mereka semakin hari semakin baik dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.

Peneliti juga menanyakan kepada karyawan hal apa yang membuat mereka sulit untuk memahami system pelayanan

*Karyawan : “hal tersebut terjadi karena kami belum memiliki pengalaman dalam pelayanan sebelumnya karena kami baru pertama kali bekerja dalam bidang ini, tetapi dengan arahan dan bimbingan dari manager kami sudah mulai memahami dan mengerti mengenai system pelayanan.*

Karyawan menjelaskan bahwa kesulitan mereka dalam memahami system pelayanan dikarenakan mereka belum berpengalaman dalam bidang pelayanan, dengan edukasi dari manager mereka sudah mulai memahami dan mengerti mengenai system pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen komunikasi organisasi di restoran *Titik Kumpul* berjalan dengan cukup baik. Manajer memainkan peran penting dalam memastikan alur komunikasi yang efektif, baik melalui briefing, evaluasi, maupun forum terbuka. Karyawan menunjukkan kemampuan untuk berkomunikasi secara responsif dan cepat, sementara pelanggan merasakan dampak positif dari komunikasi yang baik antara manajemen dan staf.

Kendala yang terjadi, seperti hambatan komunikasi saat restoran sibuk, dapat diminimalkan melalui pelatihan, teknologi pendukung, dan pembagian tugas yang jelas. Dengan demikian, restoran dapat terus menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa menerapkan langkah-langkah untuk mengatasi pelayanan dengan mengembangkan suasana kerja yang aman merupakan salah satu

upaya meningkatkan kualitas pelayanan pramusaji. Untuk mengatasi masalah pelayanan maka dilakukan beberapa pendekatan seperti yang sudah di jelaskan oleh narasumber di atas.

## **B. Pembahasan**

Hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan menjelaskan bahwa bagaimana manajemen komunikasi yang di maksud adalah bagaimana caa komunikasi organisasi informasi atau pesan tersampaikan dengan baik kepada karyawan sehingga tetap menjaga kualitas pelayanan dari pada karyawan tersebut.

Berdasarkan analisis, komunikasi organisasi yang diterapkan di restoran *Titik Kumpul* mencerminkan teori komunikasi organisasi. Fungsi komunikasi organisasi, seperti penyampaian informasi, koordinasi antar tim, motivasi, dan pengendalian, berjalan dengan baik melalui praktik komunikasi vertikal maupun horizontal. Hal ini terlihat dalam briefing harian, penggunaan teknologi untuk mempercepat alur kerja, serta pemberdayaan karyawan dalam memberikan umpan balik.

Dari segi kualitas layanan, strategi tersebut terbukti efektif karena mampu:

1. Mengurangi kesalahan operasional, seperti ketidak sesuaian pesanan.
2. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan yang konsisten dan profesional.
3. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang terbuka dan responsif.

Namun, efektivitas strategi ini sepenuhnya bergantung pada konsistensi penerapannya dan kemampuan manajemen untuk terus beradaptasi dengan situasi baru. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi di restoran *Titik Kumpul* saat ini sudah efektif dan relevan dengan teori komunikasi dalam manajemen, tetapi perlu evaluasi berkala untuk menjaga keberlanjutan kualitas layanan.

Melalui proses wawancara dan observasi menunjukkan bahwa taktik yang diterapkan oleh Manager di Café Titik Kumpul, yang mendefinisikan strategi sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan secara bertahap. Dalam kajian ini, beberapa tantangan yang teridentifikasi di Café Titik Kumpul meliputi keterlambatan pramusaji dalam menyajikan makanan dan minuman, responsivitas yang kurang cepat saat menerima keluhan dari tamu, serta kekurangan pengetahuan beberapa waiters terkait menu. Ada juga masalah dengan beberapa waiters yang kurang proaktif dalam mengisi ulang air minum sehingga menyebabkan gelas tamu kosong. Selain itu, saat tingkat okupansi tinggi, seringkali terjadi kekurangan peralatan makan seperti alat makan dan gelas. Langkah-langkah strategis yang diinisiasi oleh manajer, seperti pelatihan karyawan, rapat harian, dan pengawasan aktif terhadap kegiatan karyawan.

Namun, ditemukan bahwa sebagian karyawan cenderung mengabaikan prosedur ini. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan di Café Titik Kumpul rant belum mencapai standar yang diharapkan, dengan sebagian waiters masih mengalami kesulitan dalam memberikan pelayanan sesuai standar yang ditetapkan oleh manajemen. Selanjutnya, berdasarkan temuan, permasalahan yang sering terjadi untuk bagian dapur yang terlambat untuk mengeluarkan makanan sehingga tamu merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Selanjutnya konsistensi dalam pelayanan menjadi isu utama, waiters sering kali tidak konsisten dalam melayani tamu, terutama dalam hal penyajian makanan dan minuman serta inisiatif untuk mengisi ulang air. Di samping itu, tim yang bertugas sebagai steward seringkali mengalami kesulitan dalam menjaga peralatan makan saat mencuci, mengakibatkan banyak peralatan yang rusak atau pecah.

Dalam menjaga kualitas pelayanan tersebut tentu ada terjadi hambatan-hambatan dalam menjaga kualitas pelayanan. Adapun

hambatan-hambatan yang terjadi dalam menjaga kualitas pelayanan sebagai berikut,

- a) Dalam konteks strategi manajemen untuk meningkatkan pelayanan di Café Titik Kumpul, strategi yang diimplementasikan oleh manajer masih belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Beberapa pramusaji dalam restoran ini masih mengalami kendala dalam menghadirkan standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Oleh karena itu, pelaksanaan pelatihan rutin terhadap staf dan trainee mengenai prosedur operasional standar (SOP) di Café Titik Kumpul sangat diperlukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan pramusaji.
- b) Dalam mengatasi tantangan ini, manajer menghadapi berbagai kendala. Faktor-faktor yang memengaruhi meliputi keterlambatan pramusaji dalam menyajikan makanan dan minuman, kurangnya kemampuan pramusaji dalam mengatasi keluhan tamu, kurangnya pemahaman mengenai SOP yang berlaku, kekurangan perhatian pada detail seperti menuangkan air saat gelas tamu kosong, penurunan kinerja saat tingkat hunian tinggi yang mengakibatkan komplain tamu, keterbatasan jumlah pramusaji pada jam sibuk, dan kelangkaan peralatan restoran seperti gelas dan peralatan perak yang menghambat efisiensi pelayanan di Café Titik Kumpul, terutama pada waktu sarapan. Kesimpulan ini menggambarkan dengan jelas tantangan yang dihadapi oleh manajer dan memberikan dasar untuk merumuskan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan pelayanan pramusaji di Café Titik Kumpul.
- c) Menu di restoran Café Titik Kumpul masih kurang banyak sehingga tamu yang datang merasa kurang puas dengan menu yang disajikan.

Namun dapat di ketahui bahwa strategi bukan hanya berbicara tentang suatu perencanaan saja tetapi di gunakan untuk bahan evaluasi agar mengembangkan perusahaan itu sendiri. Strategi menjadi pedoman bagaimana mengimplementasikan sesuatu dalam program yang akan

dilaksanakan untuk mencapai tujuan bersama. Berdasarkan hambatan-hambatan yang terjadi dalam mengatasi kepuasan pelayanan, strategi yang dilakukan manajer untuk menjaga kepuasan pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Membuat aturan-aturan serta pemberian sanksi/SP ke setiap karyawan yang melanggar aturan tersebut. menyelesaikan kasus di lapangan bersama sehingga setiap karyawan dapat memberikan pendapat, serta mengutarakan ide-ide kreatif.
- b. Adanya pengulangan aturan dan standar setiap sehabis melaksanakan rapat maupun briefing dari aturan dan standar hal ini di harapkan karyawan dapat mengerti tugas-tugas yang akan di implementasikan.
- c. Saling keterbukaan antara atasan dan karyawan sehingga menciptakan rasa kebersamaan dan kekeluargaan.
- d. Menciptakan kesejahteraan terhadap karyawan seperti :
  - 1) Adanya reward atau meningkatkan gaji pegawai
  - 2) Adanya motivasi, workshop, pembinaan terhadap karyawan
- e. Pendekatan religus, ada waktu tertentu mendengarkan murotal di setiap outlet, tahsin, serta melaksanakan sholat subuh menjadi salah satu bentuk absen disetiap harinya. Terdapat hambatan yang di alami Manajer dalam mempertahankan kualitas pelayanan restoran Café Titik Kumpul.

Sebagai Manajer harus mampu mengambil sikap yang tegas agar hambatan-hambatan yang terjadi dapat di hindari, namun komunikasi bukan hal yang mudah apabila komunikasi tidak mengerti apa yang di maksud. Selain manajer harus mempunyai jiwa manajemen tetapi Manajer harus mampu bagaimana mengkomunikasi sesuatu dengan melihat kondisi, dan situasi para karyawannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan menjelaskan bahwa strategi Manajer yang di maksud adalah bagaimana cara mengkomunikasikan sesuatu informasi atau pesan tersampaikan dengan baik kepada karyawan sehingga tetap menjaga kualitas dari pada karyawan tersebut. Adapun hambatan-hambatan yang terjadi dapat di atasi. Namun dapat di ketahui bahwa strategi bukan hanya berbicara tentang suatu perencanaan saja tetapi di gunakan untuk bahan evaluasi agar mengembangkan perusahaan itu sendiri. Strategi menjadi pedoman bagaimana mengimplementasikan sesuatu dalam program yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan bersama. Berdasarkan hasil-hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Membuat aturan-atura serta pemberian sanksi/SP ke setiap karyawan yang melanggar aturan tersebut. menyelesaikan kasus di lapangan bersama sehingga setiap karyawan dapat memberikan pendapat, srta menguatarakan ide-ide kreatif.
2. Adanya pengulangan aturan dan standar setiap sehabis melaksanakan rapat maupun briefing dari aturan dan standar hal ini di harapkan karyawan dapat mengerti tugas-tugas yang akan di implementasikan.
3. Saling keterbukaan antara atasan dan karyawan sehingga menciptakan rasa kebersamaan dan kekeluargaan.
4. Menciptakan kesejahteraan terhadap karyawan seperti :
  - a) Adanya reward atau meningkatkan gaji pegawai
  - b) Adanya motivasi, workshop, pembinaan terhadap karyawan
  - c) Pendekatan religus, ada waktu tertentu mendegarkan murotal di setiap outlet, tahsin, serta melaksanakan sholat subuh menjadi salah satu bentuk absen disetiap harinya.

5. Terdapat hambatan yang di alami Manajer dalam mempertahankan kualitas pelayanan restoran Café Titik Kumpul.
6. Manajer harus mampu mengambil sikap yang tegas agar hambatanhambatan yang terjadi dapat di hindari, namun komunikasi bukan hal yang mudah apabila komunikan tidak mengerti apa yang di maksud. Selain manajer harus mempunyai jiwa memanajemen tetapi Manajer harus mampu bagaimana mengkomunikasi sesuatu dengan melihat kondisi, dan situasi para karyawannya.

## **B. Saran**

1. Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner hendaknya lebih mengasah kemampuan beberapa karyawan yang berhadapan langsung dengan konsumen untuk mempelajari bagaimana cara menghadapi konsumen jika terjadi komplek.
2. Manajer lebih meningkatkan atau lebih memfokuskan beberapa strategi yang dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan restoran sehingga terhindar dari hal – hal maupun hambatan yang tidak diinginkan.
3. Manajer memperhatikan dalam memberikan tugas dalam pekerjaan dan melihat bagaimana kemampuan karyawannya sehingga suatu pekerjaan dapat di kerjakan dengan mudah dan Manajer dan karyawan bersedia menanggapi keluhan kesah konsumen juga harus cepat tanggap dalam memberikan respon agar tidak terjadi keluhan yang berkelanjutan.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016).. 1–23.
- Falsafani, A. P. (2022). Peran Manajer Dalam Pengembangan Wisata Kulier Halal Di Rumah Makan Bebek Rizky Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 403–413.
- Hasmawati, F. (2019). MANAJEMEN DALAM KOMUNIKASI \* Dosen KOMI Pascasarjana UIN Sumatera Utara \*\* Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FDK UINSU \*\*\* Menyelesaikan S3 Komunikasi Islam PPs UINSU. *Manajemen Dalam Komunikasi*, 7(2), 1–11.  
[https://communicationdominan.wordpress.com/201/12/18/pengantar\\_](https://communicationdominan.wordpress.com/201/12/18/pengantar_)
- Morissan, M. A. . (2011). *Manajemen media penyiaran : strategi mengelola radio dan televisi* (p. 490).
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*.
- Muizu, W. O. Z., & Sule, E. T. (2017). Manajer dan Perangkat Manajemen Baru. *Pekbis Jurnal*, 9(2), 151–160.
- Simon, M. K., & Alouini, M. (2004). Types of Communication. *Digital Communication over Fading Channels*, 2, 45–79.  
<https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9.  
<https://doi.org/10.22146/jgs.40424>
- George E. Belch & Michael A. Belch. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York, NY, USA: McGraw-Hill Education.
- Albert Mehrabian. (1971). *Silent Messages*. Belmont, California: Wadsworth Publishing.
- Fandi Tjipto. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan ke-II andi.
- Fandi, Tjiptono;. (2011). *Service, Quality, Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hafied Cangara. (1998). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jaelani. (1997). *Pengertian, Cara, Strategi Dan Petunjuk Bisnis*. Malang: Grafindo.

Nabilla Kusuma Vardhani, Agnes Siwi Purwaning Tyas. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI DENGAN MAHASISWA . *Jurnal Gama Societa*, Vol. 2 No. 1.

Onong Uchyana Efendi. (2017). Dinamika Komunikasi Manajer dan perangkat manajemen . *Pekbis jurnal baru*, vol.9,no.2,:151-160.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, Irine Diana Sari;. (2008). *Manajemen*. Jogjakarta: : Mitra Cendikia Press.

Yazid. (2004). *Pemasaran Jassa konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.