

**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PADA PERUSAHAAN  
RETAIL FASHION  
(ANALISIS POLA KOMUNIKASI PADA PT. GIORDANO  
INDONESIA CABANG DEPOK)**

Trikanti  
Fakultas Ilmu Komunikasi Gunadarma  
[trikanti@staff.gunadarma.ac.id](mailto:trikanti@staff.gunadarma.ac.id)

**ABSTRAK**

Komunikasi merupakan elemen penting untuk membangun integritas organisasi karena dapat menentukan efektifitas dan kelancaran komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Penelitian ini untuk menganalisis pola komunikasi organisasi dan untuk mengetahui bentuk organisasi pola komunikasi PT Giordano Indonesia Cabang Depok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif fenomenologi. Pendekatan kualitatif adalah metode untuk menggali dan memahami makna yang dikaitkan dengan isu-isu sosial atau kemanusiaan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kombinasi, metode yang menggabungkan kedua metode tersebut adalah metode studi pustaka dengan studi lapangan. Penelitian ini menggunakan teori pengorganisasian Weick untuk menganalisis pola komunikasi tentang Giordano Cabang Depok. Lemah dalam pengorganisasian termasuk dalam teori; penentuan, pemilihan dan penyimpanan dalam organisasi. Hasil dari penelitian ini adalah pola komunikasi di Depok Giordano adalah pola komunikasi formal dan komunikasi informal. Dimana komunikasi vertikal dan formal dari atas ke bawah, pola komunikasi formal juga biasanya menggunakan struktur jaringan roda, di mana adanya kepemimpinan terpusat yang dapat mempengaruhi semua anggota, dan pola komunikasi informal yaitu horizontal dan semua saluran komunikasi.

**Kata Kunci :** Pola Komunikasi, Komunikasi Organisasi dan Giordano.

**PENDAHULUAN**

Manusia adalah makhluk sosial yang berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Manusia sebagai makhluk sosial di dalam memenuhi kebutuhan yang merupakan bagian dari tujuan hidupnya adalah dengan cara bekerja. Komunikasi memegang peranan penting bagi kehidupan suatu perusahaan, baik perusahaan swasta maupun negeri. Komunikasi sangat penting untuk menjalin hubungan kerjasama antara manusia yang terlibat dalam suatu perusahaan dan mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam proses pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Komunikasi akan memungkinkan setiap karyawan yang berada di perusahaan untuk saling membantu dan mengadakan interaksi.

Setiap hari manusia selalu berhubungan dengan organisasi. Mulai dari lingkup terkecil, sampai yang terbesar. Apabila mereka tidak menghabiskan sebagian besar

waktu mereka sebagai anggota organisasi (pekerjaan, sekolah, sosial, dan sebagainya), maka mereka dipengaruhi oleh organisasi, sebagai nasabah, pasien, pelanggan, atau warga negara. Alasan orang mendirikan organisasi untuk beberapa tujuan tertentu, yang hanya dapat dicapai lewat tindakan yang harus dilakukan dengan persetujuan bersama.

Orang-orang memasuki organisasi tentunya sesuai dengan keinginannya untuk mencapai cita-cita yang tidak dapat dicapainya secara sendiri. Untuk itu, diperlukan peranan komunikasi organisasi dalam mempermudah individu berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu lain untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Melalui komunikasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman.

Setiap organisasi, baik organisasi non-profit ataupun organisasi profit tentunya memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan-tujuan tersebut maka dibutuhkan kerjasama yang baik di antara sumber daya yang terdapat dalam organisasi. Salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi adalah karyawan.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi, yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya.

Dalam komunikasi organisasi, aliran informasi merupakan proses yang rumit, karena melibatkan seluruh bagian yang ada dalam organisasi. Informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas dan juga mengalir diantara sesama karyawan. Untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota, maka dibutuhkan bentuk hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi.

Hubungan komunikasi yang terjadi dalam organisasi itu disebut dengan pola komunikasi dalam struktur organisasi. Pola komunikasi dalam struktur organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara formal maupun non-formal. Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi.

Dimensi komunikasi organisasi ada 2 (dua) jenis, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal yang kemudian masing-masing dibagi menjadi 2 (dua). Menurut Brennan Effendy (2006) komunikasi internal adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) serta pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung.

Secara internal, komunikasi organisasi dibagi secara vertikal yang berarti komunikasi dari atas ke bawah ataupun sebaliknya, seperti pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan, dan lain-lain kepada bawahannya. Lalu bawahannya memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan. Komunikasi

secara horizontal ialah secara mendatar, antara anggota, karyawan, dan sebagainya. Pada komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal, berbeda dengan komunikasi vertikal. Komunikasi organisasi secara internal, dibagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi personal dan komunikasi kelompok.

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi yang memiliki hubungan timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi organisasi mempunyai potensi besar dalam pengembangan suatu organisasi. Komunikasi mutlak diperlukan dalam suatu organisasi baik dalam hal bersifat teknis dalam suatu kerja seperti tingkat kejelasan perintah atasan, tingkat kejelasan petunjuk kerja, penyampaian ide-ide gagasan, diskusi kerja, tingkat kejelasan pemberian laporan, sampai hal-hal yang bersifat hubungan informal seperti tingkat dukungan, penghargaan, tingkat perhatian (empati), dan tingkat penghargaan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih PT. Giordano Indonesia. Peneliti memusatkan penelitian pada PT. Giordano cabang Depok sebagai objek penelitian, karena PT. Giordano Indonesia merupakan perusahaan *fashion* yang berasal dari Hongkong yang berkembang pesat di Indonesia. Giordano sendiri memiliki beberapa cabang yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Yogyakarta, Cirebon dan sebagainya.

Giordano adalah perusahaan di bidang *retail fashion* yang memproduksi pakaian *casual* untuk pria, wanita, dan anak-anak yang berasal dari Negara Hongkong. Giordano mengkhususkan dalam memproduksi pakaian berkualitas ekonomis dari *T-shirt*, kaos lengan panjang, dan celana jeans. Perusahaan Giordano didirikan pada tahun 1981 oleh Jimmy Lai (yang kini bukan lagi pemilik perusahaan), dan mempunyai 8.000 pekerja dan lebih dari 1500 gerai yang tersebar di 31 negara, salah satunya adalah Indonesia. *Retail* adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Berdasarkan berbagai hal yang telah dipaparkan mengenai pola komunikasi pada PT. Giordano cabang Depok, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pola komunikasi organisasi pada PT. Giordano Indonesia cabang Depok dan dengan masalah yang diteliti maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi organisasi yang terbentuk pada Giordano Indonesia cabang Depok.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Komunikasi**

Menurut Harold Lasswell (dalam Santoso & Rizkiyanti, 2014) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which channel* (dengan saluran apa), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (dengan pengaruh bagaimana). Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan

oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Jika kita berada dalam situasi komunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi.

### **Komunikasi Organisasi**

Kegiatan organisasi tidak pernah luput dari kegiatan komunikasi. Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan dan aktivitas komunikasi. Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Furqon, 2003). Oleh karena itu, komunikasi dalam organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Rogers (dalam Candrasari & Permata, 2017) organisasi didefinisikan sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Gold Haber (dalam Fajar, 2009) mengatakan komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain.

Organisasi sebagai kerangka kerja (*frame of work*) dari suatu manajemen menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas antara pimpinan dan bawahan dalam suatu sistem manajemen modern. Ada yang diklasifikasikan sebagai pemimpin dan ada yang bertindak sebagai bawahan (Ruslan dalam Wijaya, 2015).

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace & Faules dalam Mulawarman & Rosilawati, 2014).

### **Iklim Komunikasi Organisasi**

Denis mengemukakan iklim komunikasi organisasi sebagai kualitas pengalaman yang bersifat objektif mengenai lingkungan internal organisasi, yang mencakup persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi (Muhammad, 2005).

Dalam bukunya Pace & Faules (dalam Pangumpia, 2013) mengatakan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka dan memberi mereka kebebasan dalam mengambil risiko.

### **Pola Organisasi**

Secara umum kata “pola” merupakan suatu standarisasi dari kumpulan perilaku (Hartini dan Kartasaputra dalam Prabowo, 2016). Sedangkan menurut Fowler dan Couslum, pola atau *pattern* adalah suatu model, desain, rancangan, dari sesuatu yang dibuat. Hubungannya dengan komunikasi tergambar dari proses komunikasi itu sendiri yang selalu mengikuti alur atau kaidah tertentu. Kaidah ini juga mengatur gaya komunikasi dalam konteks sosial. Seseorang akan mengubah gaya komunikasinya tergantung dari siapa yang berbicara di hadapannya. Hubungan bentuk dan fungsi komunikasi inilah yang kemudian membentuk suatu pola komunikasi.

Pemulaan terjadi pada suatu tingkat komunikasi yaitu masyarakat, kelompok, dan individu. Pada tingkat masyarakat, komunikasi biasanya berpola dalam bentuk-bentuk fungsi, kategori, ujaran, sikap, dan konsepsi tentang bahasa dari penutur. Komunikasi juga berpola menurut peran tertentu dalam suatu masyarakat, misalnya jenis kelamin, usia, status sosial, dan jabatan. Cara berbicara juga berpola menurut tingkat pendidikan, tempat tinggal perkotaan atau pedesaan, ciri geografis, dan lain-lain.

Komunikasi berpola pada tingkat individual yaitu pada tingkat ekspresi dan interpretasi kepribadian. Memahami pola-pola komunikasi yang hidup dalam suatu masyarakat ataupun komunitas yang memiliki kaidah yang sama untuk berkomunikasi, akan memberikan gambaran umum dari perilaku komunikasi masyarakat tersebut (Hartini dan Kartasaputra dalam Prabowo, 2016).

### **Pola Komunikasi Organisasi**

Meskipun semua organisasi harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuannya, pendekatan yang dipakai antara satu organisasi dengan organisasi yang lain bervariasi atau berbeda-beda. Untuk organisasi berskala kecil mungkin pengaturannya tidak terlalu sulit sedangkan untuk perusahaan besar yang memiliki ribuan karyawan maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan pekerjaan yang cukup rumit.

Pola komunikasi menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Gunawan, 2013). Lima struktur jaringan komunikasi kelompok, kelima struktur tersebut adalah:

#### **a. Struktur Lingkaran**

Struktur lingkaran tidak memiliki pemimpin. Semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuatan yang sama untuk mempengaruhi kelompok. Setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisinya.

#### **b. Struktur Roda**

Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ini berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya. Orang yang berada di tengah (pemimpin) mempunyai wewenang dan kekuasaan penuh untuk

mempengaruhi anggotanya. Penyelesaian masalah dalam struktur roda bisa dibilang cukup efektif tapi keefektifan itu hanya mencakup masalah yang sederhana saja.

**c. Struktur Y**

Struktur Y relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan struktur roda tetapi lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya. Pada struktur Y juga terdapat pemimpin yang jelas tetapi semua anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua. Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya komunikasi terbatas hanya dengan satu orang lainnya. Jaringan Y memasukkan dua orang sentral yang menyampaikan informasi kepada yang lainnya pada batas luar suatu pengelompokan. Pada jaringan ini, seperti pada jaringan rantai, sejumlah saluran terbuka dibatasi, dan komunikasi bersifat desentralisasi atau dipusatkan. Orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja.

**d. Struktur Rantai**

Struktur rantai sama dengan struktur lingkaran kecuali bahwa para anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga terdapat di sini. Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin daripada mereka yang berada di posisi lain. Dalam struktur ini, sejumlah saluran terbuka dibatasi, orang hanya bisa secara resmi berkomunikasi dengan orang-orang tertentu saja.

**e. Struktur Semua Saluran atau Pola Bintang**

Hampir sama dengan struktur lingkaran, dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur semua saluran, setiap anggota siap berkomunikasi dengan setiap anggota yang lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum. Jaringan terpusat/sentralisasi dan desentralisasi memiliki kegunaan yang berbeda. Sebagai contoh, struktur desentralisasi dapat lebih efektif untuk pemecahan masalah secara kreatif dan lebih bagus untuk pergerakan informasi secara cepat (De Vito, 2011).

Selain struktur organisasi adapun jaringan organisasi. Jaringan organisasi ini berbeda dengan strukturnya pada masing-masing organisasi, dan biasanya disesuaikan dengan kepentingan dan tujuan organisasi tersebut. Secara umum jaringan komunikasi dapat dibedakan atas dua bagian yaitu: 1) jaringan komunikasi formal dan 2) jaringan komunikasi informal. Dengan kata lain hubungan yang terjadi dalam organisasi dapat terjadi secara formal dan informal. Jaringan komunikasi menurut Devito (dalam Abrori, 2019) yaitu:

**1. Jaringan Komunikasi Formal**

Komunikasi formal adalah komunikasi yang terjadi diantara para anggota organisasi yang secara tegas telah direncanakan dan ditentukan dalam struktur organisasi formal. Komunikasi formal ini mencakup susunan tingkah laku organisasi,

pembagian departemen atau tanggung jawab tertentu, posisi jabatan, dan distribusi pekerjaan. Ada tiga bentuk arus komunikasi dalam jaringan komunikasi formal seperti yang tertera dalam struktur yakni:

a. ***Downward Communication*** (Komunikasi ke Bawah)

Menunjukkan arus pesan yang mengalir dari atas ke bawah. Komunikasi ke bawah biasanya diberikan oleh pimpinan kepada bawahan atau kepada para anggota organisasi dengan tujuan untuk memberika pengertian mengenai apa yang harus dikerjakan oleh para anggota sesuai dengan kedudukannya.

b. ***Upward Communication*** (Komunikasi ke Atas)

Pesan yang mengalir dari bawah ke atas, yakni pesan yang disampaikan oleh para anggota organisasi/ bawahan kepada pimpinan. Komunikasi ini dimaksudkan untuk memberikan masukan, saran atau bahan-bahan yang diperlukan oleh pimpinan agar pimpinan dapat melaksanakan fungsi dengan sebaik-baiknya.

c. Komunikasi horizontal atau mendatar terjadi diantara orang-orang yang mempunyai kedudukan sederajat atau satu level. Pesan yang disampaikan biasanya berhubungan dengan tugas-tugas, tujuan kemanusiaan, saling memberi informasi, penyelesaian konflik, dan koordinasi.

## **2. Jaringan Komunikasi Informal**

Komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi diantara para anggota organisasi atas dasar kehendak pribadi, tanpa memperhatikan posisi/kedudukan mereka dalam organisasi. Informasi dalam komunikasi informal ini mengalir ke atas, ke bawah, atau secara horizontal, dan ini terjadi jika komunikasi formal kurang memuaskan anggota akan informasi yang diperlukan

### **Teori Organisasi Weick (*Weick Theory of Organization*)**

Pendekatan sistem Karl Weick (pelopor pendekatan sistem informasi) menganggap struktur hirarkhi, garis rantai komando komunikasi, prosedur operasi standar merupakan mungsu dari inovasi. Ia melihat organisasi sebagai kehidupan organis yang harus terus menerus beradaptasi kepada suatu perubahan lingkungan dalam orde untuk mempertahankan hidup. Pengorganisasian merupakan proses memahami informasi yang samar-samar melalui pembuatan, pemilihan, dan penyimpanan informasi. Weick meyakini organisasi akan bertahan dan tumbuh subur hanya ketika anggota-anggotanya mengikutsertakan banyak kebebasan (*free-flowing*) dan komunikasi interaktif.

Menurut Weick (dalam Asriadi, 2020) pengorganisasian adalah sebuah proses dan aktivitas/kegiatan. Walaupun organisasi memiliki struktur namun bagaimana organisasi bertindak dan bagaimana organisasi tersebut tampil ditentukan oleh struktur yang ditetapkan oleh pola-pola regular perilaku yang saling bertautan. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi tetapi, dia merupakan organisasi itu sendiri. Pengorganisasian adalah suatu gramatika (aturan, konvensi, praktik organisasi) yang disahkan secara mufakat untuk mengurangi ketidakpastian dengan menggunakan perilaku bijaksana (pengalaman) yang saling bertautan. Proses / tahapan

pengorganisasian: tahapan *enactment* atau penentuan secara sederhana berarti bahwa para anggota organisasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan dan merundingkan makna khusus dari suatu peristiwa. Tahapan seleksi aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk menentukan pengurangan yang sesuai dengan ketidakjelasan. Tahap retensi atau penyimpanan, memungkinkan organisasi menyimpan informasi mengenai cara organisasi itu memberi respon atas berbagai situasi.

Menurut Weick (dalam Asriadi, 2020) proses pengorganisasian akan menghasilkan organisasi. Pengorganisasian adalah sebuah proses dan aktivitas/kegiatan. Walaupun organisasi memiliki struktur namun bagaimana organisasi bertindak dan bagaimana organisasi tersebut tampil ditentukan oleh struktur yang ditetapkan oleh pola-pola regular perilaku yang saling bertautan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode gabungan, yaitu metode yang menggabungkan antara dua metode yaitu metode studi pustaka dengan studi lapangan. Dengan kata lain, data di peroleh dari buku-buku dan jurnal ilmiah serta data diambil langsung di lokasi penelitian dengan melakukan wawancara. Instrumen penelitian berupa panduan wawancara. Wawancara akan dilakukan kepada karyawan Giordano Cabang Depok. Pemilihan informan berdasarkan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (a) karyawan Giordano cabang Depok; (b) waktu bekerja lebih dari 5 tahun.

### **HASIL DAN DISKUSI**

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan terhadap empat orang informan yang bekerja di Giordano cabang Depok dan sudah bekerja dengan kurun waktu yang lama. Hampir 90% informan sepakat mengatakan informasi dan pengalaman mereka dalam bekerja pada PT. Giordano khususnya pada cabang Depok.

#### **Pola Komunikasi Organisasi**

Salah satu faktor yang mempengaruhi hakikat dan luas jaringan komunikasi adalah arah jaringan. Ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi yaitu komunikasi kepada bawahan, komunikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal.

Berdasarkan analisis komunikasi lintas saluran dan horizontal di Giordano cabang Depok berbentuk pola komunikasi total. Komunikasi Total bukan suatu metode atau cara mengajar tertentu, melainkan merupakan suatu mendekati falsafah yang memungkinkan terciptanya suatu iklim komunikasi yang luwes bagi kaum tunarungu, bebas dari segala keraguan, terkaan, tekanan dan sebagainya (Rofiandaru, 2013). Dalam pola komunikasi total semua karyawan di Giordano cabang Depok dapat secara langsung berkomunikasi dengan karyawan-karyawan lain yang berbeda divisi tanpa



harus melewati perantara. Sehingga setiap anggota tidak merasa dibatasi oleh saluran yang boleh atau tidak boleh digunakan dalam berkomunikasi dengan anggota lain. Saluran total ini sangat di perlukan di Giordano Depok karena pada dasarnya sebuah divisi Giordano Indonesia sangat terintegrasi dan berhubungan satu dengan yang lainnya, pola yang ada memudahkan komunikasi menjadi tidak berbelit-belit dan efektif.

Menurut Weick (dalam Asriadi, 2020) pengorganisasian adalah sebuah proses dan aktivitas/kegiatan. Walaupun organisasi memiliki struktur namun bagaimana organisasi bertindak dan bagaimana organisasi tersebut tampil ditentukan oleh struktur yang ditetapkan oleh pola-pola regular perilaku yang saling bertautan. Maka dari itu setiap anggota kelompok dapat secara langsung berkomunikasi dengan anggota-anggota lain tanpa harus melewati perantara. Ini menunjukkan bahwa dalam bekerja tidak ada tingkatan hirarki yang pasti dan setiap anggota tidak merasa dibatasi oleh saluran yang boleh atau tidak boleh digunakan dalam berkomunikasi dengan anggota lain. Pada Giordano Indonesia cabang Depok komunikasi yang dilakukan tidak bersifat kaku, melainkan setiap karyawan bisa secara langsung berkomunikasi dengan atasan saat bekerja tanpa melalui perantara, dimana pada Giordano cabang Depok dapat secara langsung bertanya atau menyampaikan informasi yang berkenaan dengan kinerja karyawan secara langsung, karena Giordano Depok mempunyai proses pengorganisasian yang terstruktur dengan sistem kepemimpinan yang baik dengan kinerja karyawan yang memuaskan itu ditunjukkan dengan bagaimana cara karyawan melakukan komunikasi dengan karyawan lainnya sehingga dengan komunikasi yang lancar akan menghasilkan *team work* yang kuat. Pada Giordano Depok pemimpin akan memberikan instruksi dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda pada setiap staff, dikarenakan perbedaan posisi dan tanggung jawab tetapi bisa saling berkomunikasi satu sama lain ketika bekerja.

Weick membagi proses pengorganisasian dengan tiga tahap yaitu; penentuan adalah pendefinisian situasi, atau mengumpulkan informasi yang tidak jelas dari luar. Ini merupakan perhatian pada rangsangan dan pengakuan bahwa ada ketidakjelasan. Pada Giordano Depok seleksi proses ini memungkinkan kelompok untuk menerima aspek-aspek tertentu dan menolak aspek-aspek lainnya dari informasi yang tidak jelas dari luar. Sehingga kemungkinan bagi Giordano Depok untuk mempersempit sebuah isu-isu dari informasi yang dihasilkan dari luar dengan menghilangkan informasi yang tidak ingin dihadapi oleh organisasi. Proses ini akan menghilangkan lebih banyak ketidakjelasan dari informasi awal yang berasal dari luar.

Pada tahap ini karyawan Giordano Depok mendengar keluhan, masukan ataupun komentar positif mengenai perusahaan, menyerap informasi dan melihat apa yang dilakukan oleh perusahaan kompetitor atau khalayak luar. Informasi yang didapatkan oleh Giordano Depok biasanya isu-isu yang sedang terjadi dan apa yang sedang menjadi tren di kalangan konsumen dan khalayak.

Penyimpanan yaitu proses menyimpan aspek-aspek tertentu yang akan digunakan pada masa mendatang. Informasi yang dipertahankan diintegrasikan ke dalam kumpulan informasi yang sudah ada yang menjadi dasar bagi beroperasinya

organisasinya. Pada Giordano Indonesia cabang Depok informasi yang diperoleh dari tahap penentuan berupa informasi, isu-isu tentang perusahaan, keluhan, masukan atau tanggapan baik positif maupun negatif oleh konsumen kemudian disimpan oleh setiap karyawan yang kemudian pada tahap selanjutnya akan diaspirasikan atau dibahas melalui komunikasi yang akan dilakukan guna menghasilkan sebuah solusi (*win win solutions*) yang terbaik baik untuk kepentingan perusahaan maupun kepentingan dengan khalayak.

Seleksi adalah proses dimana setelah dilakukannya sebuah proses penyimpanan, para anggota organisasi menghadapi sebuah masalah pemilihan, yaitu menjawab pertanyaan-pertanyaan berkenaan dengan kebijakan organisasi. Di Giordano Indonesia cabang Depok dengan menggunakan komunikasi formal baik karyawan maupun atasan setiap akan memulai aktivitas kerja, akan dilakukan sebuah *briefing* yang akan membahas tentang apa saja yang telah dilakukan di hari kemarin dan pembahasan informasi atau isu-isu yang terkait dengan apa yang karyawan anggap itu penting akan dibahas sampai menemukan hasil dan solusi yang akan dijalankan hari berikutnya. Perbaikan sikap dan tugas selalu dilakukan guna membangun kinerja karyawan agar lebih baik dari sebelumnya. Inovasi atau pembaharuan selalu menjadi hasil dari komunikasi yang dilakukan saat *briefing* selesai.

Secara keseluruhan dari analisis yang dilakukan pada Giordano Depok tentang pola komunikasi mendapat sebuah kesimpulan bahwa pola yang jaringan yang digunakan pada Giordano Depok adalah Pola Jaringan Roda. Dimana struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ini berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya. Orang yang berada di tengah (pemimpin) mempunyai wewenang dan kekuasaan penuh untuk mempengaruhi anggotanya.

Dari penjelasan di atas dan dikaitkan tentang analisis yang dilakukan kepada para informan, pola komunikasi yang digunakan pada Giordano cabang Depok adalah Pola Jaringan Roda. Dimana pada Pola Jaringan Roda ini ada salah satu pemimpin yang jelas yang mempengaruhi dan memberi instruksi kepada anggotanya. Misalnya *Shop Manager (SM)* memberikan instruksi kepada *Senior Customer Service Assosiated (SCSA)* dan membagi tugas kepada para *Trainee* atau staff berupa sebuah tanggung jawab mengenai apa saja yang akan dilakukan dan harus dilakukan.

Dalam komunikasi internal biasanya terdapat komunikasi formal dan informal. Dalam komunikasi formal biasanya terjadi pada saat *briefing* atau *meeting* yang menggunakan jalur komunikasi vertikal dan dari atasan ke bawahan karena biasanya terdapat evaluasi atau instruksi-instruksi dari atasan ke bawahan yang berlangsung pada Giordano. Sedangkan komunikasi informal digunakan saat jam istirahat kerja atau *break* dan di luar jam kerja. Dalam komunikasi formal biasanya karyawan dan atasan menggunakan komunikasi horizontal dan diagonal, dimana semua yang ada bisa saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dari penjelasan tadi terlihat jelas bahwa pola

komunikasi yang terbentuk pada Giordano cabang Depok adalah pola komunikasi jaringan roda.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari analisis yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh para anggota organisasi pada Giordano Depok sudah lancar. Komunikasi yang dilakukan oleh para anggota adalah komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Dimana komunikasi internal terjadi dalam organisasi itu sendiri. Komunikasi internal pada Giordano Depok mencakup komunikasi formal dan informal. Dimana komunikasi formal dilakukan saat *briefing* dan *meeting* dengan arus komunikasi vertikal dan dari atasan ke bawah. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang dilakukan tidak secara formal, biasanya terjadi pada karyawan saat jam-jam kerja dan jam pulang kerja, arus komunikasinya adalah horizontal dan diagonal, dimana satu sama lain dapat saling berinteraksi bebas dan saling mempengaruhi. Komunikasi eksternal biasanya dilakukan oleh karyawan Giordano Depok dengan khalayak seperti dengan *customers* dan dengan sesama staff dari organisasi lain, teman serta keluarga.

Pola komunikasi yang terbentuk pada Giordano Depok adalah Pola jaringan Roda, dimana pada Giordano Depok terdapat pemimpin atau atasan yang pasti yaitu ada *Shop Manager* yang memberikan perintah atau masukan kepada anggota lain untuk menjalankannya dan mempengaruhinya. Pola komunikasi Roda pada Gordano Depok sudah efektif karena dengan bentuk Pola Komunikasi Roda masalah internal seperti pembagian tugas dalam kerja dapat terselesaikan.

Saran bagi peneliti selanjutnya, jika ingin melakukan penelitian dengan objek serupa, maka disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah diteliti ini supaya memperoleh hasil yang lebih beraneka ragam serta memperkaya teori yang ada.

### **REFERENSI**

- Abrori, M. (2019). Pola Komunikasi Organisasi Resimen Mahasiswa (Menwa) Mahawarman Jawa Barat (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Organisasi Resimen Mahawasiswa (MENWA) Mahawarman Jawa Barat Dalam Membangun Kedisiplinan Anggotanya) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Asriadi, A. (2020). Komunikasi Efektif Dalam Organisasi. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 36-50.
- Candrasari, S., & Permata, S. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Starbucks Store Untuk Meningkatkan Kepuasan Kerja Mitra Melalui Prinsip Starbucks Experience. *Jurnal Bisnis Komunikasi*, Vol 4(2), 117-123.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. PT Pustaka Pelajar.

- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Graha Ilmu.
- Furqon, C. (2003). Hakikat komunikasi organisasi. *Hakikat Komunikasi Organisasi*, 2(15), 1-9.
- Gunawan, H. (2013). Jenis pola komunikasi orang tua dengan anak perokok aktif di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 218-233.
- Muhammad, A. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Mulawarman, K., & Rosilawati, Y. (2014). komunikasi organisasi pada dinas perijinan Kota Yogyakarta untuk meningkatkan pelayanan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(1), 31-41.
- Pangumpia, F. (2013). Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap produktivitas kerja karyawan di bank prisma dana Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(2).
- Prabowo, D. A., & Asriwandari, H. (2016). Latar Belakang Sosiologis Dalam Terbentuknya Pola Perilaku Homoseksual Gay (Studi Kasus Di Kota Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Rofiandaru, M. (2013). Sistem Pembelajaran Bahasa Isyarat (SIBI) Menggunakan Metode Komunikasi Total Untuk Penyandang Tunarungu Di SLBN Semarang. Tersedia: [http://eprints.dinus.ac.id/12344/1/jurnal\\_12272.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/12344/1/jurnal_12272.pdf).
- Santoso, P. Y., & Riskiyanti, T. (2014). Strategi Marketing Public Relations Dalam Melaksanakan Special Event Program Paket Close User Group (Cug) Pt. Indosat Tbk. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 130-154.
- Wijaya, A. (2015). Gaya komunikasi pemimpin PT. Astra International UD Trucks cabang Romokalisari Gresik. *Jurnal e-Komunikasi*, 3(2).