



AKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI PT MAKO ANUGRAH KREASINDO DALAM IMPLEMENTASI IKLIM KERJA (STUDI PADA MAKO CAKE & BAKERY CIBINONG CITY MALL)

Reni Novia¹, Nadella Leonanda², Anna Nurjannah³

¹Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi, (reninovia@ibm.ac.id)

²Universitas Dian Nusantara, (nadellaleonnd@gmail.com)

³Universitas Dian Nusantara, (anna.nurjanah@dosen.undira.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengorganisasian Informasi Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall dalam implementasi iklim komunikasi organisasi yang efektif. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme, dan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, serta menggunakan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pengorganisasian informasi yang dilakukan sesuai dengan menerapkan teori informasi organisasi dengan sesuai yakni adanya implementasi dalam lingkungan informasi, ketidakjelasan informasi, aturan, dan siklus dalam organisasi. Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi perusahaan untuk mengupayakan dan mempertahankan iklim komunikasi organisasi yang baik dengan memanfaatkan informasi komunikasi di dalam organisasi semaksimal mungkin. Peneliti menjelaskan mengenai adanya proses pengorganisasian informasi yang terjalin dalam suatu organisasi dengan menerapkan teori informasi organisasi dan konsep iklim komunikasi organisasi yang telah dikaji.

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Iklim Komunikasi Organisasi, Aktivitas Komunikasi, Mako Cake & Bakery

ABSTRACT

This research aims to determine the organization of Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall information in implementing an effective organizational communication climate. This research uses a post-positivism paradigm, and uses a descriptive qualitative approach, and uses a case study research method. The research results show that the organizing activities carried out are in accordance with the appropriate application of organizational information theory, namely the application of environmental information, information ambiguity, rules and cycles in the organization. The results of this research have a practical impression for companies to strive for and maintain a good organizational communication climate by utilizing communication information in the organization as much as possible. The researcher explains the process of organizing information that exists in an organization by applying organizational information theory and the concept of organizational communication climate that has been studied.

Keywords: Communication, Organizational Communication, Organizational Communication Climate, Communication Activities, Mako Cake & Bakery

PENDAHULUAN

Komunikasi organisasi merupakan suatu tindakan aktivitas yang terjadi dalam sebuah organisasi mengenai bagaimana orang-orang di dalamnya ikut terlibat dalam proses tersebut untuk melakukan transaksi berupa pertukaran pesan yang mengandung makna (Pace & Faules, 2015). Dengan demikian, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah proses yang terjadi dalam suatu organisasi yang kegiatannya dengan melakukan penyampaian dan penerimaan, serta pertukaran pesan sebagai informasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu

Dalam komunikasi organisasi, terdapat komunikasi internal yakni berupa kegiatan komunikasi yang berlangsung dalam suatu perusahaan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi penting kepada seluruh departemen yang ada di dalam perusahaan. Komunikasi Internal yang efektif dalam organisasi, dapat dilakukan dengan menggunakan komunikasi vertikal yang menjadi dimensi pada setiap organisasi, karena arus komunikasi yang mengalir dari atasan ke bawahan seperti pemberian tugas, penegasan target, memberikan perintah, dan mengkoordinasikan karyawannya merupakan hal yang harus dilakukan oleh pemimpin kepada bawahannya (Hasugian, 2017)

Komunikasi internal melibatkan pertukaran informasi antara karyawan atau anggota organisasi untuk meningkatkan pemahaman tentang bisnis. Berkomunikasi di dalam organisasi yang disebut komunikasi internal dapat menggunakan secara langsung ataupun tidak langsung dengan menggunakan media. (Denise & Sjoberg, 2014) Sedangkan, menurut Faridi dkk menyatakan bahwa dengan adanya komunikasi internal yang dilakukan dalam organisasi dengan alur secara horizontal maupun vertikal, artinya sebuah organisasi sudah melakukan aktivitas komunikasi organisasi yang baik. (Faridi et al., 2022) Dalam suatu organisasi, komunikasi yang dibangun dari atasan kepada bawahan sangat diperlukan, karena informasi yang mengalir dari atasan kepada bawahan di dalam organisasi akan sering di dengar dan terus mengalir secara timbal balik dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan) (Pace & Faules, 2015). Informasi di dalam organisasi bergerak dari manajemen pusat dan ditujukan untuk seluruh karyawan yang berada dibawah kepemimpinan. Melalui bentuk komunikasi ini, hubungan komunikasi antara atasan dengan bawahan dalam satu organisasi dapat terjalin secara berstruktur Perusahaan yang bergerak di bidang Food & Beverage memiliki brand bernama Mako Cake and Bakery, yang saat ini memiliki kurang lebih 180 store yang tersebar di seluruh Indonesia.

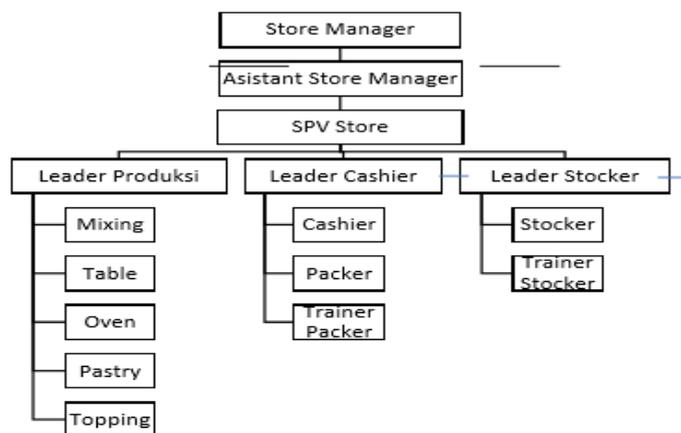
Brand ini berada dibawah naungan PT Mako Anugrah Kreasindo yang merupakan kantor pusat dari Mako Cake & Bakery dan berada di JL. Meruya Selatan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta. PT Mako Anugrah Kreasindo memiliki salah satu store yang berada di Bogor, Jawa Barat, bernama Mako Cake and Bakery Cibinong City Mall (CCM). Saat ini, jumlah karyawan dari Store Mako CCM berjumlah 30 orang. Selain itu, Mako CCM dijadikan gudang produksi untuk memberikan support ke beberapa store yang berada di wilayah Bogor, Jawa Barat karena merupakan salah satu store dengan jumlah karyawan terbanyak di daerah tersebut. Peneliti telah melakukan observasi dan melakukan wawancara dengan salah satu karyawan yang bekerja di store Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall, informan mengatakan bahwa Mako CCM melakukan kegiatan komunikasi organisasi secara aktif dan komunikatif untuk keberlangsungan kerja yang maksimal. Store ini memiliki tiga pemimpin organisasi yang disebut sebagai Manager On Duty (MOD) dan memiliki beberapa Leader di bawahnya seperti Leader Cashier (LIC), Leader Produksi (LIP) dan Leader Stocker (LIS). Sedangkan, pada store Mako lain yang berada di wilayah Bogor, Jawa Barat, hanya dipimpin oleh satu sampai dua MOD dan tidak semua store Mako memiliki LIP karena sebagian besar store tersebut dapat support produk dari Mako CCM ini. Sehingga dalam hal ini, susana kerja yang terbilang cukup

ramai dalam satu ruang kerja yang tergabung dari beberapa divisi yakni kasir, produksi, dan stocker, sering timbul kesalahpahaman atas perintah yang diberikan oleh pemimpin organisasi dengan leader dan staff karyawan yang berada di Mako CCM. Dalam store Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall, ditemukan permasalahan komunikasi yang cukup unik dan menjadi pembeda antara store Mako Cake & Bakery lainnya. Karyawan merasa sering kali menghadapi kesulitan pada saat penyampaian informasi dengan jelas dan efektif melalui bentuk suara karena gangguan dari lingkungan kerja yang ramai. Bunyi bising dari bagian produksi pada saat membuat roti sering mengganggu konsentrasi dan mempersulit terciptanya komunikasi yang efektif. Dalam hal ini, ketika komunikasi internal terhambat, kolaborasi antar tim dapat terganggu sehingga koordinasi yang dilakukan akan menjadi lebih sulit.

Berdasarkan pada kondisi tersebut, dan observasi yang telah dilakukan. Peneliti melihat terjadi permasalahan komunikasi internal yang berhubungan dengan iklim komunikasi organisasi di Mako CCM. Iklim komunikasi organisasi adalah gabungan dari persepsi-persepsi tentang peristiwa komunikasi yang meliputi pesan yang terjadi di dalam organisasi (Pace & Faules, 2015). Iklim komunikasi organisasi perlu diciptakan dalam interaksi antara bawahan dan atasan untuk menyampaikan informasi dan pengambilan keputusan bersama yang melibatkan aktivitas diskusi agar koordinasi yang dilakukan berjalan dengan baik, dan juga dalam membangun iklim komunikasi organisasi dapat mempengaruhi kinerja yang lebih baik (A.Smit & Nurjanah, 2019).

Iklim komunikasi adalah cara organisasi menunjukkan kepada anggota bahwa organisasi mempercayai mereka (karyawan), membiarkan mereka mengambil risiko, mendorong mereka dan memberi mereka tanggung jawab untuk melakukan apa yang harus mereka lakukan, memberikan informasi yang terbuka dan cukup tentang organisasi, dan mendengarkan dengan penuh perhatian untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya dan teliti. (Pace & Faules, 2015)

Iklim komunikasi organisasi di Mako Cibinong City Mall dapat dikatakan cukup baik, dilihat dari suasana kerja yang terjalin antara sesama anggota yang berada di dalam organisasi sudah terbagi pada tugasnya masing-masing. Setiap anggota di dalam organisasi saling berupaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang saling mendukung, dilihat dari sesama karyawan yang selalu merasa di dengar, dihargai, dan selalu diberikan kesempatan untuk berkembang dan naik ke jabatan yang lebih tinggi. Secara keseluruhan observasi, iklim organisasi dalam Mako Cibinong City Mall dapat menciptakan lingkungan kerja yang tetap mempertahankan kualitas pelayanan mengingat bahwa perusahaan F&B juga perlu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.



Gambar 1: Struktur Organisasi Mako CCM

Dalam penelitian ini, peneliti akan menekankan pada aktivitas pengorganisasian informasi yang dilakukan dalam internal organisasi yang terjadi di lingkungan kerja Mako Cibinong City Mall dalam implementasi iklim komunikasi organisasi. Melanjutkan informasi yang didapat dari informan bahwa pada Mako CCM yang dipimpin oleh tiga MOD memiliki perbedaan dalam proses penyampaian informasi. Ada proses pembagian kerja shift yang perlu diatur secara rutin mengingat jumlah karyawan yang cukup banyak yakni tiga puluh orang. Dalam hal ini, tentunya banyak terjadi kemungkinan hal tidak diinginkan dalam situasi kerja, yang akan menimbulkan kesalahpahaman. Mengingat bahwa, pada Mako Cibinong City Mall sulit untuk menerima komunikasi secara langsung melalui suara karena keterbatasan alat komunikasi dan faktor lingkungan yang ramai.

Dengan fenomena yang terjadi pada PT Mako Anugrah Kreasindo di store Mako Cibinong City Mall dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, perlu adanya penelitian secara teliti dan mendalam pada aspek tentang aktivitas komunikasi internal yang terjadi di lingkungan organisasi karyawan Mako Cibinong City Mall dalam implementasi iklim kerja. Pada penelitian ini, maka peneliti akan memfokuskan penelitian kepada bagaimana pengorganisasian Informasi Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall dalam implementasi iklim komunikasi organisasi yang efektif?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengorganisasian Informasi Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall dalam implementasi iklim komunikasi organisasi yang efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Organisasi

Definisi fungsional dari komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan pengertian pesan antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Sederhananya komunikasi organisasi dapat dikatakan sebagai proses komunikasi untuk penyampaian informasi dari suatu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lain, yang terjadi dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam komunikasi organisasi tujuan bersama menjadi poin utama, karena tujuan akhir dari segala aktivitas komunikasi dalam organisasi adalah pencapaian tujuan bersama. Komunikasi organisasi lebih menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terdapat dalam batasan-batasan yang ada dalam organisasi (Pace & Faules, 2015). Dalam suatu organisasi, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hirarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam satu lingkungan organisasi. Unit komunikasi tersebut adalah orang-orang dalam jabatan yang berada dalam organisasi, dan seseorang dalam jabatan dapat menentukan posisi komunikasi jabatan-jabatannya (Ruliana, 2018). Dengan adanya pengertian mengenai komunikasi organisasi yang telah dipaparkan, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi sangat penting terutama bagi orang-orang yang berada didalam organisasi yang memiliki kesamaan dalam mencapai tujuan organisasi dengan saling melakukan interaksi satu sama lain.

Alur Komunikasi Organisasi

Menurut Pace dan Faules (Pace & Faules, 2015), terdapat 3 bentuk komunikasi organisasi yakni:

1. Downward communication

Komunikasi ini dilakukan oleh atasan kepada bawahan untuk menyampaikan alur pesan yang mengalir dari atasan kepada bawahannya di dalam organisasi.

2. Upward communication

Komunikasi ini dilakukan kepada atasan, yang memiliki fungsi sebagai umpan balik bagi pimpinan organisasi sebagai pemberian petunjuk tentang keberhasilan pesan yang

disampaikan, dan juga dapat memberikan acuan kepada karyawan untuk ikut serta dalam pelaksanaan kebijakan organisasi.

3. **Horizontal communication**

Komunikasi horizontal di dalam organisasi dilakukan sebagai pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi

Konsep Komunikasi Organisasi

Menurut Goldhaber (Siregar et al., 2021) komunikasi organisasi memiliki tujuh konsep kunci yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Proses (Process)

Komunikasi Organisasi yakni sebuah proses dalam pelaksanaan aktivitas, untuk menciptakan dan bertukar pesan/informasi yang berlangsung secara terus menerus selama organisasi itu terus aktif.

2. Pesan (Message)

Komunikasi organisasi dapat menciptakan pesan sebagai bentuk penyampaian pertukaran dalam seluruh organisasi, dalam hal ini dapat diartikan dengan pesan merupakan susunan simbol yang penuh dengan makna tentang orang, objek, dan kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain.

3. Jaringan (Network)

Dalam organisasi pasti terdapat orang-orang yang memiliki peran tertentu, pesan dibuat dan dipertukarkan antara orang-orang di dalam organisasi melalui berbagai bentuk yang disebut jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi dapat terdiri dari hanya dua orang, beberapa orang, atau seluruh organisasi. Banyak faktor yang mempengaruhi sifat dan ukuran jaringan ini, termasuk hubungan peran, arah dan aliran pesan, sifat urutan aliran pesan, dan isi pesan.

4. Keadaan saling tergantung (Interdependence)

Konsep dari komunikasi organisasi mengenai keadaan saling tergantung yakni, satu sisi berada di atas yang lain. Dalam hal ini sudah menjadi sifat organisasi dengan sistem terbuka. Ketika satu bagian dari organisasi terpengaruh, bagian lain dan mungkin seluruh sistem organisasi terpengaruh. Sistem komunikasi dalam organisasi juga saling melengkapi. Artinya, ketika seorang pemimpin mengambil keputusan, karyawan yang bersangkutan harus mempertimbangkan dampak dari keputusan itu secara keseluruhan.

5. Hubungan (Relationship)

Organisasi merupakan suatu sistem yang terbuka, sistem kehidupan sosial, dan beberapa pekerjaan bergantung kepada individu. Dalam hal ini, jaringan organisasi selalu dihubungkan oleh manusia yang sangat penting dalam sebuah organisasi

6. Lingkungan (Environment)

Lingkungan merupakan jumlah total dari faktor fisik dan sosial yang harus dipertimbangkan saat membuat keputusan tentang individu dalam sistem. Lingkungan ini dapat dibagi menjadi lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal mencakup karyawan, tim, organisasi, tujuan, tugas, produk, layanan, dan elemen organisasi lainnya.

7. Ketidakpastian (Uncertainty)

Ketidakpastian yakni perbedaan antara informasi yang tersedia dan informasi yang diharapkan. Contohnya, sebuah organisasi membutuhkan informasi tentang peraturan pemerintah yang dapat mempengaruhi produksi produknya. Eksternal adalah konsumen, pemasok, pesaing dan teknologi.

Faktor Iklim Komunikasi Organisasi

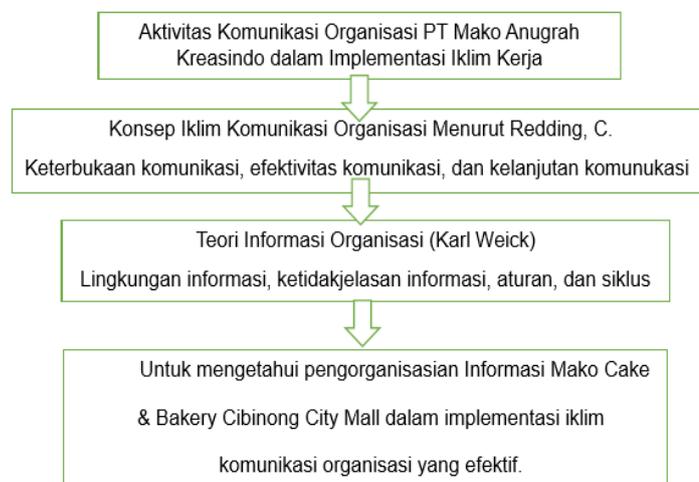
Menurut Liliwari 2014 (Ruliana, 2018) faktor yang dapat membentuk iklim organisasi adalah:

1. Faktor lingkungan organisasi eksternal seperti lingkungan sekitar, stakeholder eksternal, dan juga kompetitor yang dapat mempengaruhi iklim organisasi.
2. Faktor lingkungan organisasi internal terdiri dari : visi, misi, struktur organisasi, ukuran, teknologi, sumber daya manusia, syarat-syarat pekerjaan, keterampilan dan kemampuan individu, perilaku kepemimpinan, budaya praktik manajemen, serta kebutuhan individu.

Teori Informasi Organisasi

Menurut Weick, istilah organisasi mengacu pada proses organisasi karena proses organisasi ini menghasilkan suatu organisasi yang terbentuk dari aktivitas dan proses. Organisasi mempunyai struktur, dan bagaimana mereka berperilaku serta apa yang mereka capai ditentukan oleh struktur yang diciptakan oleh pola perilaku konsisten yang teratur. Perilaku yang saling terkait ini membentuk sistem aktual dalam suatu organisasi, yang merupakan kunci bagi berfungsinya organisasi tersebut. Organisasi adalah sistem yang beradaptasi dan mempertahankan diri dengan mengurangi ketidakpastian yang di hadapi. Dengan kata lain, perilaku dalam suatu organisasi dianggap konsisten jika perilaku seseorang dalam organisasi tersebut bergantung pada perilaku orang lain. (Pace & Faules, 2015)

Kerangka teori dipaparkan sebagai konsep landasan teori dalam sebuah penelitian sebagai rancangan untuk menyusun ide dan konsep teori yang relevan.



Gambar 2: Kerangka Teori

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma post positivisme, karena paradigma ini memiliki pandangan bahwa kebenaran tidak hanya berhenti pada fakta, melainkan dari makna apa yang ada di balik fakta tersebut. Penelitian ini melibatkan subjek yakni ingin mengetahui aktivitas komunikasi organisasi pada Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall dalam upaya implementasi iklim kerja yang kondusif. Pendekatan pada penelitian ini kualitatif yang dengan studi deskriptif

Adapun subjek dari penelitian ini adalah Store Manager Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall sebagai pusat informan dan beberapa pimpinan dibawahnya seperti ASM dan SPV store, serta karyawan terpilih yang berada di dalam struktur organisasi yang memiliki pengalaman lebih dibanding dengan karyawan lainnya. Dalam penelitian ini sumber data terbagi menjadi dua, yakni data primer, dengan melakukan wawancara mendalam pada keyinforman dan informan, dan data sekunder dengan mendapatkan informasi yang berhubungan dengan data-data tentang berbagai hal yang berhubungan dengan aktivitas karyawan pada store Cibinong City Mall PT Mako Anugrah Kreasindo. Teknik analisa data digunakan dengan cara melakukan reduksi data.

PEMBAHASAN

Store Mako Cake and Bakery Cibinong City Mall

Dari observasi yang telah dilakukan sebelumnya, Mako Cibinong City Mall memiliki jumlah karyawan sebanyak 32 orang, dan dipimpin oleh tiga Manajer Operasional (MOD) yang dibagi dari tingkatan paling atas yakni Store Manager, Asistan Store Manager dan SPV Store. MOD tersebut memiliki bawahan langsung, yaitu Leader Produksi (LIP), Leader Cashier (LIC), dan Leader Stocker (LIS). LIP, LIC, dan LIS bertanggung jawab menyampaikan informasi yang berhubungan dengan sistem dan pelaksanaan kerja dalam Mako CCM kepada bawahannya. Informasi tersebut diperlukan untuk memastikan keberlangsungan proses kerja dan memberikan output yang maksimal

Struktur Organisasi Mako Cake & Bakery Cibinong City Mall

Struktur Organisasi merupakan suatu jaringan yang saling berhubungan dan menggambarkan suatu fungsi dalam suatu organisasi. Struktur organisasi juga diperlukan untuk menciptakan hubungan yang jelas antar posisi dan memastikan adanya timbal balik antar masing-masing individu di dalam struktur organisasi. Bentuk struktur organisasi disusun berdasarkan fungsi, aktifitas dan manajemen program organisasi dalam jangka panjang sesuai dengan pedoman untuk menciptakan integrasi hubungan

Menurut Redding, C. (1972) dalam (Muspawi et al., 2023) menyatakan bahwa konsep iklim komunikasi organisasi merujuk pada persepsi dan sikap anggota organisasi terhadap perilaku komunikasi yang dianggap terbuka, efektif, dan berkelanjutan di dalam organisasi. Konsep ini menekankan tentang bagaimana individu di dalam organisasi melihat dan menginterpretasikan lingkungan komunikasi yang ada.

Keterbukaan Komunikasi

Konsep ini mencerminkan tingkat kebebasan anggota organisasi untuk mengungkapkan pendapat, ide, dan informasi. Dalam iklim komunikasi yang terbuka, anggota organisasi merasa nyaman untuk melakukan komunikasi tanpa rasa takut atau hambatan yang signifikan. Hal ini menciptakan lingkungan di mana informasi dapat dengan mudah mengalir

dan kolaborasi dapat terjadi. Keterbukaan komunikasi berdasarkan hasil wawancara informan pada Store Mako Cibinong City Mall yakni menunjukkan bahwa konsep keterbukaan komunikasi sangatlah penting untuk memulai kegiatan, hal ini supaya dapat membangun iklim organisasi menjadi kondusif dengan memulai sesuatu dengan hal-hal yang positif, membangun dan mencerminkan persepsi yang baik. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa konsep keterbukaan komunikasi yang ada di Store Mako Cibinong memiliki kesamaan dalam konteks iklim komunikasi organisasi yang ada, seperti yang disampaikan oleh Ayi Alela Sari sebagai Store Manager Mako yang menunjukkan bahwa keterbukaan komunikasi mampu untuk menunjang keberhasilan dalam mempengaruhi iklim organisasi yang ada di dalam internal Mako Cibinong City Mall yaitu dengan menyatukan kemistri antar karyawan dengan saling mendukung satu sama lain. Dan mengenai kegiatan komunikasi organisasi untuk menunjang iklim organisasi, berdasarkan hambatan dalam keterbukaan informasi yang ada baik menurut Ayi Alela Sari selaku Store Manager, Cahya Restu

Adihulung selaku Assistant Store Manager dan Yuni Astika selaku LIC menjelaskan bahwa adanya beberapa hambatan yang dapat mempengaruhi iklim komunikasi di dalam Mako Cibinong City Mall yaitu

seperti adanya perubahan aturan, regulasi baru dari pihak Mall, ada dari competitor dan ada dari faktor keberadaan atau jumlah pelanggan yang mampu mempengaruhi iklim komunikasi yang dapat dikatakan kondusif atau tidaknya keadaan di Mako Cibinong City Mall. Dan Narasumber menjelaskan adanya juga jalur komunikasi eksternal yang terjadi yaitu kepada pihak pembeli. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, konsep keterbukaan komunikasi dalam iklim komunikasi organisasi anggota Store Mako Cibinong merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan karena untuk bisa mewujudkan keberhasilan dan tujuan utama yang ingin diraih organisasi secara bersama. Pentingnya proses didukung dengan peran masing-masing anggota untuk bisa mewujudkan berhasilnya kegiatan komunikasi yang positif antar masing-masing divisi yang ada di Store Mako Cibinong.

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi berkaitan dengan kemampuan komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam iklim komunikasi yang efektif, pesan disampaikan dengan jelas, dipahami oleh penerima, dan menghasilkan tindakan atau respons yang diharapkan. Komunikasi yang efektif meminimalkan kesalahpahaman dan konflik, memperkuat kerjasama, dan membantu mencapai tujuan organisasi

Efektivitas komunikasi berdasarkan hasil wawancara informan, anggota Store Mako Cibinong City Mall yakni menunjukkan bahwa konsep efektivitas komunikasi dalam iklim komunikasi organisasi merupakan aspek sakral dalam kegiatan komunikasi organisasi yang dimana kegiatan komunikasi harus bisa seefektif mungkin karena untuk menunjang keberhasilan komunikasi antara masing-masing anggota organisasi. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa konsep efektivitas komunikasi yang ada di Store Mako Cibinong memiliki kesamaan dalam konteks iklim komunikasi organisasi yang ada, seperti yang disampaikan oleh Ayi Alela Sari dan Cahya Restu Adihulung yang menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi disesuaikan dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung.

Dan mengenai iklim komunikasi organisasi yang terjadi berdasarkan efektivitas komunikasi pelaksanaannya menurut Ayi Alela Sari dan Cahya Restu Adihulung pesan yang disampaikan harus berupa informasi yang jelas, karena untuk memudahkan para anggota menjalankan masing-masing tugas yang akan dikerjakan pada hari itu juga, pesan yang diberikan oleh atasan langsung kepada bawahan dan pesan yang diberikan melalui Whatsapp Grup untuk menunjang setiap kegiatan yang dilakukan dan untuk

memberikan informasi penting mengenai hal-hal yang akan dilakukan anggota organisasi Mako Cibinong City Mall. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, konsep efektivitas organisasi dalam iklim komunikasi organisasi anggota Store Mako Cibinong merupakan aspek penting karena harus berisikan informasi yang relevan untuk bisa menjalankan kegiatan pekerjaan di dalam organisasi dengan sebaik mungkin, pesan yang baik dapat mudah dicerna oleh para anggota sehingga tidak dapat terjadinya kesalahan dalam pekerjaan yang dilakukan di dalam organisasi.

Kelanjutan Komunikasi

Kelanjutan komunikasi mengarah pada keadaan komunikasi di dalam organisasi. Dalam iklim komunikasi yang berkelanjutan, komunikasi bukan hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu atau dalam situasi-situasi tertentu, tetapi menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari di organisasi. Komunikasi yang berkelanjutan memfasilitasi aliran informasi yang teratur, memperkuat hubungan antara anggota organisasi, dan memungkinkan pembelajaran dan inovasi. Kelanjutan komunikasi berdasarkan hasil wawancara anggota Store Mako Cibinong City Mall yakni menunjukkan bahwa konsep kelanjutan

komunikasi dalam iklim komunikasi organisasi merupakan aspek yang sangat penting dengan menjelaskan kondisi iklim organisasi yang ada di Mako Cibinong City Mall. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa kondisi iklim organisasi Mako Cibinong City Mall pada saat ini sudah cukup baik yang di mana setiap karyawan sudah mengerti porsi kerjanya masing-masing, mampu mengatasi masalah dengan tenang dan secara bersama disetiap posisi yang ada, adanya kerjasama yang dilakukan secara menyeluruh tanpa adanya menyalahkan satu pihak atau pihak lainnya. Dan mengenai iklim komunikasi organisasi yang terjadi berdasarkan kelanjutan komunikasi, pelaksanaannya menurut Ayi Alela Sari, Yuni Astika dan Mulyadi Kotari menjelaskan bahwa untuk menunjang terjalannya komunikasi yang aktif dan saling bekerja antar divisi ialah dengan adanya kegiatan briefing yang dilakukan untuk bisa mengevaluasi kerja antar divisi, kemudian melakukan kolaborasi kerja antar sesama divisi untuk bisa saling memahami mengenai porsi dan jobdesk antar divisi lalu untuk bisa saling backup pekerjaan agar bisa membangun hubungan yang kuat dan saling mendukung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kelanjutan

komunikasi dalam iklim komunikasi organisasi anggota Store Mako Cibinong merupakan suatu hal yang penting dilakukan untuk bisa mengevaluasi kinerja dari para anggota Mako Cibinong City Mall, agar bisa

saling memahami satu sama lain dan mengerti peran dari jobdesk masing-masing anggota. Teori Informasi Organisasi Weick mencakup beberapa konsep penting, seperti lingkungan informasi, ketidakjelasan informasi, aturan, dan siklus, yang sangat penting untuk memahami bagaimana organisasi terlibat

dalam pengorganisasian informasi. (West & Lynn, 2017)

1. **Lingkungan Informasi:** Konsep lingkungan informasi adalah inti dari teori Weick tentang bagaimana organisasi membentuk dan memproses informasi. Setiap hari, organisasi menghadapi ribuan stimuli yang dapat diproses dan ditafsirkan. Namun, organisasi atau anggota organisasi tidak dapat memproses semua informasi, jadi organisasi harus memilih yang penting. Setelah mendapatkan informasi dari berbagai sumber, organisasi memiliki dua tugas utama dalam mengelola sumber informasi: 1) Informasi organisasi harus diinterpretasikan secara akurat oleh organisasi untuk mencapai tujuan organisasi, dan 2) informasi harus disusun dengan cara yang membuatnya bermakna bagi anggota organisasi.
2. **Ketidakjelasan Informasi:** Organisasi mendapatkan informasi dari berbagai sumber, jadi mereka harus mengartikannya. Banyak informasi yang diberikan organisasi bersifat ambigu, sehingga Weick menekankan bahwa masalah yang dihadapi oleh organisasi

bukanlah karena mereka memiliki jumlah informasi yang terbatas, tetapi karena mereka menerima jumlah informasi yang sangat besar dan berpotensi memunculkan banyak interpretasi.

3. Aturan: Dalam teori informasi organisasi, aturan merujuk pada pedoman yang dibuat oleh perusahaan untuk menganalisis ketidakjelasan dalam pesan dan menentukan tanggapan yang akan diberikan oleh organisasi. Aturan ini mencakup beberapa hal, seperti durasi, personel, keberhasilan, dan usaha. Durasi merujuk pada pilihan organisasi untuk terlibat dalam komunikasi dengan waktu yang paling singkat. Orang-orang dalam organisasi yang paling memahami masalah dan memiliki kemampuan untuk mengurangi keraguan adalah karyawan. Aturan organisasi yang disebut keberhasilan menyatakan bahwa rencana yang sukses di masa lalu akan digunakan untuk mengurangi keraguan yang dihadapi saat itu. Selain itu, usaha membantu organisasi memilih pendekatan informasi yang diperlukan.
4. Siklus: Jika informasi yang diterima sangat tidak jelas, organisasi akan melakukan sejumlah perilaku komunikasi untuk mengurangi tingkat ambiguitas, Weick mengkategorikan hal tersebut sebagai siklus. Untuk menjelaskan siklus-siklus ini, Weick menggunakan istilah rangkaian interaksi ganda. Siklus-siklus ini mengharuskan anggota organisasi untuk melakukan aktivitas dan proses tertentu

PENUTUP

Proses pengorganisasian informasi dalam organisasi Mako Cibinong City Mall telah sesuai dengan teori informasi organisasi yang dikemukakan oleh Karl Weick, dengan indikator pertama lingkungan informasi yang dilakukan dalam pembetulan proses informasi bahwa setiap anggota telah menyadari tugas dan peranan masing-masing, sehingga informasi dapat terjalin sesuai dengan alur komunikasi yang ada yakni dari atasan ke bawahan; kedua ketidakjelasan informasi yang dilakukan dapat di proses dengan adanya pengumpulan informasi yang baik dan benar oleh Leader yang mendapatkan informasi dari Store Manager, untuk mengelola informasi yang telah diterima dan di artikan sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh anggota lainnya; ketiga aturan dalam proses pengorganisasian informasi di Mako Cibinong City Mall telah mengikuti aturan yang seharusnya dengan alur komunikasi yang diperoleh dari manajemen pusat di kumpulkan oleh store manager, di kelola oleh leader dan di implementasi oleh anggota; keempat siklus, untuk mengurangi tingkat ambiguitas yang tinggi dalam penerimaan informasi yang diberikan maka Mako Cibinong City Mall tetap menggunakan alur downward communication yakni informasi dari Store Manager turun kepada para leader lalu diturunkan kepada para anggotanya. Dengan turunan indikator dari konsep Iklim Komunikasi Organisasi menurut Reding C. dan indikator teori Informasi Organisasi menurut Karl Weick, sebagai berikut :

1. Keterbukaan Komunikasi

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall paham mengenai keterbukaan komunikasi yang dilakukan di dalam organisasi. Mereka menyadari pentingnya masing-masing peran di setiap devisi untuk saling bisa memahami dan mengerti akan informasi yang diberikan.

2. Efektivitas Komunikasi

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall saling berkomunikasi dengan baik untuk menjaga hubungan masing-masing anggota di setiap devisi. Mereka memanfaatkan setiap momen baik untuk bisa menjaga efektivitas dari komunikasi yang dijalankan di organisasi.

3. Kelanjutan Komunikasi

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall mengerti setiap kegiatan informasi yang dilakukan, mengerti peran masing-masing dan mengerti akan keterlibatan masing masing anggota sehingga mampu meneruskan trend positif dalam iklim organisasi di setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan.

4. Lingkungan Informasi

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall mampu menyesuaikan peran masing-masing di dalam organisasi sehingga mampu menyeleraskan lingkungan informasi yang ada untuk bisa meminimalisir kesalahan pada setiap kegiatan informasi di organisasi.

5. Ketidajelasan Informasi

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall mampu mengatasi atau meminimalisir adanya ketidakjelasan informasi atau hambatan yang terjadi di dalam organisasi dengan cara meruntutkankomunikasi dari atasan kepada bawahan.

6. Aturan

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall mengikuti setiap aturan yang diberlakukan di dalam organisasi dan semua anggota terlibat dalam aturan kegiatan komunikasi dan melakukan komunikasi organisasi yang sangat aktif.

7. Siklus

Anggota organisasi Store Mako Cibinong City Mall mampu mempertahankan siklus komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, anggota mampu untuk berkoordinasi kerja dengan sesama anggota baik atasan maupun kepada bawahan

REFERENSI

- A.Smit, P. F., & Nurjanah, N. (2019). Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan: Analisis chi square. *Sorot*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.31258/sorot.14.1.1-9>
- Cartono, C., & Maulana, A. (2019). Iklim Komunikasi, Iklim Organisasi Dan Iklim Komunikasi Organisasi. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 228. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5420>
- Denise, M., & Sjoberg, G. (2014). Internal Communication - A Quantitative Case Study at Specma Seals AB. 1–51.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fahmawati, L., Cheerli, C., & Imarshan, I. (2021). Fungsi Komunikasi Organisasi Internal Selama Pandemi Covid-19 : Studi Kasus di Organisasi Pendidikan. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(2), 414– 423. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v5i2.2119>
- Faridi, A., Ismail, M., Handiman, U. ., Saputra, D. ., Hardin, H., Fitriyani, E., & Simanjuntak, M. (2022). Pengantar Komunikasi Pemasaran.
- Hasugian, M. (2017). Upaya Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Rumah Sakit Jiwa Daerah Atma Husada Mahakam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 13–25.
- Kalogiannidis, S. (2020). Impact of Effective Business Communication on Employee Performance. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6), 1–6. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.631>
- Laras, A. (2022). Kenalan dengan Brand MAKO, Toko Roti Premium Jepang yang Gantikan BreadTalk. *Bisnis.Com*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20221229/52/1613149/kenalandengan-brand-mako-toko-roti-premium-jepang-yang-gantikanbreadtalk>
- Manzilati, A. (2017). Metode Penelitian Kualitatif: Pardigma, Metode, Dan Aplikasi (Edisi Pert). Universitas Brawijaya Press.



- Muhariyani, W. (2022). Komunikasi Internal Perusahaan di Masa COVID19. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 212–227. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.1043>
- Muspawi, M., Firman, F., & Manullang, Y. C. (2021). Penciptaan Iklim Komunikasi Organisasi (Tinjauan Peran Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1459. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1775>
- Muspawi, M., Mika, Viola, M. A., & Karmila. (2023). IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI Program Studi Administrasi Pendidikan FKIP Universitas Jambi. *Jurnal Visionary*, 11(2), 32–37.
- Nurhidayah, E. (2017). Paradigma Post Positivisme. *Rainbow Knowledge*. <https://blog.unnes.ac.id/efvinurhidayah/2017/12/03/paradigma-postpositivisme/>
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Edisi Ke9). PT Remaja Rosdakarya.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (C. M. Sartono (ed.); 1st ed.). CV BUDI UTAMA. https://www.google.co.id/books/edition/Pendekatan_Penelitian_Kualitatif_Qualita/qy1qDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ajat rukajat pendekatan penelitian kualitatif&pg=PA6&printsec=frontcover
- Ruliana, P. (2018). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (Edisi Kedu). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi* (14th ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, Athik Hidayatul Arifudin, O., Hanika, I. M., Zusnory, L., Chairunnisah, R., & Ismainar, Hetty Syamsuriansyah, Bairizki Ahmad, Lestari Ambar Sri, M. U. (2021). *Komunikasi Organisasi* (1st ed.).
- Widina Bhakti Persada Bandung. West, R., & Lynn, H. turner. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Terjemahan dari: *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (5th ed.). Salemba Hunamika.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif: Ilmu Pendidikan Teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.