

## Abstrak

Sebagai perusahaan teknologi yang ada di Yogyakarta, PT Go-Jek Indonesia mencoba menghadirkan layanan transportasi on demand dan membantu penghidupan ojek konvensional. Kendala dalam pola komunikasi organisasi ini terletak pada minimnya komunikasi dan tidak adanya divisi khusus untuk menangani komunikasi, ketika perusahaan ini mengeluarkan kebijakan terjadi kesalahpahaman karena tidak adanya sosialisasi terlebih dahulu yang dapat disampaikan kepada seluruh *driver* go-jek. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi PT Go-Jek Indonesia di Yogyakarta dengan *driver* go-jek dan mengetahui hambatan pengembangan pola komunikasi organisasi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode triangulasi, yaitu menggabungkan data dari hasil wawancara dengan narasumber, melakukan observasi di lapangan, dan melalui studi pustaka dan dokumen lainnya. Hasil penelitian ini adalah dalam menganalisis pola komunikasi organisasi ini diperlukan teori jaringan organisasi. Dari teori ini, manajemen sebagai pemegang kendali seluruh jaringan komunikasi dengan seluruh *driver* go-jek dalam proses komunikasi yang bersifat formal. Berdasarkan teori ini kegiatan yang bersifat non formal dilakukan bersama-sama antara manajemen PT Go-Jek Indonesia di Yogyakarta dengan *driver* go-jek namun di dominasi oleh pihak *driver* go-jek yang sering menyelenggarakan kegiatan. Kesulitan untuk bisa hadir dalam kegiatan yang diselenggarakan *driver* membuat komunikasi non-formal tidak begitu efektif sedangkan komunikasi formal hanya sebatas melalui *whatsapp* dan *email* saja.

Kata kunci : Teori Jaringan Organisasi, Pola Komunikasi, Komunikasi Organisasi.

## Abstract

*As a technology company in Yogyakarta, PT Go-Jek Indonesia trying to bring transportation services on demand and to support conventional motorcycle transportation. Obstacles in communication patterns of this organization lies in the lack of communication and the absence of a special division to handle the communication, when the company issued a policy to avoid misunderstandings due to lack of socialization in advance that can be delivered to all drivers go-jek. The objective of this study was to determine the pattern of organization communication PT Go-Jek Indonesia in Yogyakarta with driver go-jek and know the resistance development communication patterns of the organization. This research was conducted with qualitative research methods. The data's technique collection was done with the methods of triangulation, which combines data from the interviews with the speakers, do the observation in the field, and through the literature study and other documents. The result of this research is to analyse the communication organization are necessary with the Organization Network's Theory. By the theory, management in control all communication channels with all the drivers go-jack in the process of formal communication. This theory is based on non-formal activities are carried out jointly between the management of PT Go-Jek Indonesia in Yogyakarta with driver go-jek, but is dominated by the driver go-jek are often organized activities. Difficulties to be present in the activity of non-drivers made a formal communication is less effective whereas only limited formal communication through whatsapp and email only.*

*Keywords: Organization's Network Theory, Communication Pattern, Organization Communication.*