

Analisi Pola Komunikasi Organisasi Pada Manajemen Waroeng Group- Waroeng Steak and Shake Yogyakarta

Kinta Amaliandi (NIM : 153090114)

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta, Jln Babarsari No : 2

HP : 081931765563 / Email : kinta.amaliandi@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the organizational communication patterns that exist in the organizational life in Waroeng Management Group-Waroeng Steak and Shake. The research is based on that the success of an organization is determined by how communication occurs in organization. This research was conducted using a descriptive qualitative research method. Research with this method produces descriptive data in the form of words written or spoken of the people and conduct research object that can be analyzed. Souch of research data obtained from primary and secondary data sources. The research was conducted through interviews and direct observation. It is useful to assist aouthors in analyzing organizational communication patterns that exist in life Waroeng Group Management. In carrying out its activities, Waroeng Group Management guided by Islamic Sharia. Result of this study indicate that the existing organizational communication patterns and run by Waroeng Management Group is the pattern of owner-management communication, management-employee communication, and the pattern of horizontal communication, downward-upward communication. Communication patterns that exist in Waroeng Management Group is influenced by three things, organizational communication (formal and informal), organizational culture and communication barriers within the oragnization’s Waroeng Management Group.

Keyword : Management Waroeng Group, Communication Pattern, organizational communication

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pola komunikasi organisasi yang ada di dalam kehidupan berorganisasi pada Manajemen Waroeng Group- *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta. Penelitian ini didasari bahwa kesuksesan sebuah organisasi di tentukan oleh bagaimana komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian dengan metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan

perilaku objek penelitian yang dapat dianalisis. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data Primer dan Sekunder. Penelitian dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung. Hal ini berguna untuk membantu penulis di dalam menganalisa pola komunikasi organisasi yang ada pada kehidupan Manajemen Waroeng Group. Dalam menjalankan kegiatannya, Manajemen Waroeng Group berpedoman kepada syariah Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola atau bentuk komunikasi organisasi yang ada dan dijalankan oleh Manajemen Waroeng Group adalah pola komunikasi owner-manajemen, pola komunikasi manajemen-karyawan, dan pola komunikasi horizontal dan *downward-upward communication*. Komunikasi yang ada pada Manajemen Waroeng Group dipengaruhi oleh tiga hal yaitu Komunikasi Organisasi (Formal-Informal), Budaya Organisasi, dan Hambatan komunikasi organisasi di dalam Organisasi ini.

Kata Kunci : Manajemn Waroeng Group, Pola Komunikasi, Komunikasi Organisasi

LATAR BELAKANG

Yogyakarta adalah sebuah daerah yang ke-istimewaannya tidak hanya bisa dilihat dari kebudayaan dan seninya saja, beraneka ragamnya kuliner juga merupakan salah satu faktor yang menambah tingkat keistimewaan pada kota yang dikenal juga dengan sebutan kotanya para mahasiswa ini. Ada banyak aneka ragam produk-produk kuliner modern yang terkenal di Yogyakarta, seperti Waroeng Steak, Spesial Sambal, Iga Bakar, Warung Sego Penyetan, dan Kindai serta banyak lagi yang lainnya. *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta adalah salah satu produk kuliner yang mempunyai banyak penggemar dan mempunyai perkembangan yang cukup signifikan.

Waroeng Steak and Shake di Yogyakarta diorganisir oleh organisasi tim manajemen Waroeng Group yang bertempat di jalan Ganesha 2 Timoho. Organisasi ini yang berperan untuk memastikan agar bisnis kuliner *Waroeng Steak and Shake* dapat berjalan dengan baik dan berkembang. Tim manajemen *Waroeng Steak and Shake* memiliki cara-cara tersendiri untuk merangkul para karyawan dan pelanggan sehingga mereka semua merasa dekat dengan *Waroeng Steak and Shake*.

Pola komunikasi yang baik untuk melaksanakan dan menjalankan fungsi organisasi yang baik memerlukan system komunikasi organisasi yang baik dan mendukung. Komunikasi organisasi pada umumnya membahas tentang struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horisontal ([http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_organisasi/03 Februari 2013](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_organisasi/03_Februari_2013), 07.20) .

Untuk mendukung kinerja dan menjalankan tugasnya, setiap organisasi mempunyai pola komunikasi dan cara untuk mendukung setiap anggota dalam berkomunikasi, karena komunikasi adalah faktor penting dari keberhasilan pencapaian dari tujuan sebuah organisasi. Begitu juga untuk Organisasi Manajemen *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta yang mempunyai tugas yang tidak bisa dikatakan mudah yaitu mengatur 7 outlet *Waroeng Steak and Shake* yang memiliki 250-300 karyawan di Yogyakarta. Untuk bisa mengatur 7 outlet dengan 250-300 karyawan yang ada di dalamnya, manajemen *Waroeng Steak and Shake* memerlukan pola komunikasi yang baik sehingga bisa menselaraskan dan menjaga efektifitas dari informasi-informasi dari pihak manajemen kepada seluruh outlet *Waroeng Steak and Shake* dan juga karyawan-karyawannya sehingga tidak akan terjadi gangguan-gangguan di dalam proses penyampaian pesan dari manajemen kepada para karyawan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada berbagai uraian tersebut, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan sebagai berikut, “ Bagaimanakah Pola Komunikasi Organisasi yang ada pada Organisasi Manajemen Waroeng Group – *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta?”.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi yang ada di dalam Manajemen Waroeng Group– *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta.

MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi di dalam menambah dan memperkaya pengetahuan tentang bentuk komunikasi yang ada di dalam sebuah organisasi.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi kontribusi wacana dan pemikiran para organisator muda agar terus belajar berorganisasi dengan baik.

KERANGKA TEORI

Teori Komunikasi – Kewenangan Chester Barnard

Kewenangan merupakan syaraf yang berfungsi sebagai penggerak dari berbagai kegiatan-kegiatan. Wewenang dalam diri yang bersifat formal harus didukung pula dengan wewenang bersifat informal, untuk mendapatkan kerjasama yang baik dengan bawahan. Wewenang juga sangat dipengaruhi oleh Ilmu Pengetahuan, kepemimpinan dan pengalaman. Wewenang berfungsi untuk menjalankan kegiatan-kegiatan yang ada dalam sebuah organisasi.

Teori komunikasi kewenangan dikemukakan oleh Chester Barnard. Pikiran-pikiran baru mengenai organisasi muncul sejak Barnard mempublikasikan *The Functions of the Executive*-nya. Ia menyatakan bahwa organisasi adalah sistem orang, bukan struktur yang direkayasa secara mekanis. Suatu struktur yang mekanis yang jelas dan baik tidaklah cukup. Kelompok-kelompok alamiah dalam struktur birokratik dipengaruhi oleh apa yang terjadi,

komunikasi ke atas adalah penting, kewenangan berasal dari bawah alih-alih dari atas, dan pemimpin berfungsi sebagai kekuatan yang padu.

Definisi Barnard mengenai organisasi formal menitikberatkan konsep sistem dan konsep orang. Tekanannya pada aspek-aspek kooperatif organisasi mencerminkan pentingnya unsur manusia. Barnard menyatakan bahwa eksistensi suatu organisasi bergantung pada kemampuan manusia untuk berkomunikasi dan kemauan untuk bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan yang sama pula. Maka ia menyimpulkan bahwa “Fungsi pertama seorang eksekutif adalah mengembangkan dan memelihara suatu sistem komunikasi.”

Barnard menyamakan kewenangan dengan komunikasi yang efektif. Penolakan suatu komunikasi sama dengan penolakan kewenangan komunikator. Dengan menerima suatu pesan atau perintah dari orang lain, seseorang memberikan kewenangan kepada perumus pesan dan karenanya menerima kedudukannya sebagai bawahan.

Terlepas dari kaitan erat antara kewenangan dan komunikasi, Barnard menganggap teknik-teknik komunikasi (lisan dan tulisan) penting untuk mencapai tujuan organisasi tetapi juga menganggap teknik-teknik tersebut sebagai sumber masalah organisasi. Barnard menjadikan komunikasi sebagai bagian penting dari teori organisasi dan manajemen. Ia percaya bahwa komunikasi merupakan kekuatan organisasi. Terlepas dari kaitan yang erat antara kewenangan dan komunikasi, Barnard menganggap teknik-teknik komunikasi (tertulis dan lisan) penting untuk mencapai tujuan organisasi akan tetapi menganggap teknik-teknik tersebut sebagai sumber masalah organisasi. “teknik-teknik komunikasi menentukan bentuk dan ekonomi internal organisasi. ketiadaan teknik yang sesuai akan menghilangkan kemungkinan menerima tujuan sebagai suatu dasar organisasi”. maka, terutama Barnard-lah yang menjadikan komunikasi sebagai suatu bagian yang penting dari teori organisasi dan manajemen. Tampaknya ia sepenuhnya yakin bahwa komunikasi merupakan kekuatan organisasi (Wayne, Pace dan Faules, 2006 : 57-59).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Artinya, data yang digunakan merupakan data kualitatif atau data yang tidak terdiri atas angka melainkan berupa realita sesungguhnya. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2008: 6).

OBJEK PENELITIAN

Organisasi yang akan digunakan sebagai bahan penelitian adalah Manajemen Waroeng Group-*Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta

SUMBER DATA

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber data utama dimana sumber data didapatkan dari lapangan. Data yang diperoleh di dalam penelitian ini langsung dari cara penelitian melalui wawancara dan pengamatan langsung (tatap muka) kepada informan yang sudah dipilih dan dianggap memenuhi kriteria sebagai informan. Dalam hal ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara dan pengamatan langsung dengan Pemilik dari *Waroeng Steak and Shake*, Wakil Direktur dalam Manajemen Waroeng Group, serta karyawan.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data ke dua yang di peroleh dari sumber data selain sumber data utama. Sumber data ke dua dari penelitian ini yaitu Profil dan Sejarah Waroeng Steak and Shake Yogyakarta, struktur organisasinya, serta data-data organisasi lainnya yang dapat mendukung kelancaran penelitian ini.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Tekhnik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2004:186).

Peneliti meneliti hasil percakapan antara peneliti dan informan, jawaban-jawaban yang diberikan oleh informan sebagai sumber data merupakan data utama di dalam wawancara. wawancara menurut penegasan Lincoln dan Guba (Moleong, 2004:187), bermaksud mengkontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan. Merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu, memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.

Ada beberapa macam cara di dalam teknik pengumpulan data melalui wawancara. Peneliti akan menggunakan teknik wawancara Pembicaraan Formal dan wawancara baku terbuka sebagai tekhnik pengumpulan data utama di dalam penelitian Analisa Pola Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Pelajar Pondok Pesantren Pabelan. Adapun ke dua tekhnik wawancara yang digunakan oleh peneliti ialah :

a. Wawancara Informal

Pada wawancara jenis ini, pertanyaan yang diajukan sangat bergantung kepada pewawancara (*interviewer*) itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitasnya didalam mengajukan pertanyaan kepada informan. Hubungan interviewer dengan informan adalah dalam suasana biasa, wajar, sedangkan pertanyaannya dan jawaban berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari saja. Sewaktu pembicaraan berlangsung, sang informan boleh tidak mengetahui bahwa sedang diwawancarai.

b. Wawancara Baku Terbuka

Jenis wawancara ini adalah wawancara yang menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Urutan pertanyaan, kata-katanya, dan cara penyajiannya pun sama untuk setiap informannya. Keluwesan mengadakan pertanyaan pendalaman (probing) terbatas, dan hal itu bergantung pada situasi wawancara dan kecakapan peneliti.

2. Teknik Observasi (Pengamatan Langsung)

Teknik pengamatan sangat diperlukan didalam penelitian kualitatif. Seperti yang dikemukakan oleh Guba dan Lincoln (Moleong, 2004:190) sebagai berikut ini :

Pertama, teknik pengamatan atau observasi ini didasarkan atas pengalaman secara langsung. Pengalaman langsung merupakan suatu cara terbaik untuk membuktikan suatu kebenaran atau mencari jawaban jujur dari sebuah pertanyaan.

Kedua, teknik ini juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana terjadi pada keadaan sebenarnya.

Ketiga, teknik pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposisional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data.

Keempat, memanfaatkan observasi adalah jalan bagi peneliti untuk meyakinkan diri bahwa data yang didapatkan merupakan data yang bisa dilihat faktanya oleh peneliti, dan hal ini menyebabkan tidak akan danya keraguan didalam diri peneliti tentang keabsahan data.

Kelima, Pengamatan bisa dijadikan sebagai alat untuk situasi-situasi yang rumit dan untuk perilaku yang kompleks.

Keenam, didalam kasus tertentu tehnik penelitian komunikasi lainnya tidak dimungkinkan, pada saat itulah teknik observasi atau pengamatan langsung ini dibutuhkan.

Peneliti menggunakan observasi sebagai penyempurna dari teknik pengumpulan data dengan wawancara, teknik pengamatan langsung dapat berperan dan berpengaruh didalam

data penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Wawancara akan mendapatkan data yang dapat memuaskan dan meyakinkan peneliti dengan adanya dukungan pengamatan langsung.

TEKNIK ANALISIS DATA

A. Teknik Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif. Teknik deskriptif adalah teknik yang sifatnya eksploratif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang diteliti.

B. Komponen Utama Proses Analisis

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data dari fieldnote. Proses ini berlangsung terus sepanjang melakukan penelitian. Bahkan prosesnya diawali sebelum proses pengumpulan data. Artinya reduksi data sudah berlangsung sejak peneliti mengambil keputusan tentang kerangka kerja konseptual, melakukan pemilihan kasus, menyusun pertanyaan penelitian, dan juga waktu menentukan cara pengumpulan data (Sutopo, 2002 : 91).

Pada waktu pengumpulan data berlangsung, reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari catatan data yang diperoleh di lapangan. Dalam menyusun ringkasan tersebut peneliti juga membuat koding, memutuskan tema, menentukan batas permasalahan dan juga menulis memo. Proses reduksi ini berlangsung terus sampai laporan akhir penelitian selesai di susun (Sutopo, 2002 : 92).

2. Sajian Data

Sebagai komponen analisis kedua, sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian ini merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis,

sehingga bila dibaca akan bisa mudah dipahami berbagai hal terjadi dan memungkinkan peneliti berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahaman tersebut. Sajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab permasalahan yang ada. Sajian data ini merupakan narasi yang disusun oleh pertimbangan permasalahannya dengan menggunakan logika penelitinya. Yang banyak terjadi dimasa lalu, penyajian data tetap berupa kalimat-kalimat panjang atau ceritera yang tidak banyak berbeda dengan catatan lengkap yang diperoleh dari lapangan. Hal itu sangat menyulitkan peneliti peneliti untuk mendapatkan gambaran jelas tentang data keseluruhan guna menyusun simpulan studi secara cepat dan tepat. Kemampuan manusia terbatas dalam menghadapi catatan lapangan yang mungkin jumlahnya meliputi ribuan halaman. Sajian data yang baik dan jelas sistematikanya akan menolong peneliti sendiri didalam penelitian (Sutopo, 2002 : 92).

Sajian data selain berbentuk kalimat, dapat juga meliputi berbagai jenis matriks, gambar atau skema, jaringan kerja kaitan kegiatan dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Semua itu dirancang guna merakit informasi secara teratur supaya mudah dilihat dan dapat lebih dimengerti di dalam bentuk yang lebih kompak. Sajian data ini merupakan komponen analisis kedua yang penting sehingga kegiatan perencanaan kolom dalam bentuk matriks bagi data kualitatif dalam bentuknya yang khusus sudah membawa peneliti memasuki daerah analisis penelitian. Kemantapan dan kedalaman hasil analisis sangat ditentukan dari kelengkapan sajian datanya.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Dari awal pengumpulan data, peneliti sudah harus memahami apa arti dari berbagai hal yang ia temui dengan melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi.

Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan kemantapan, penelusuran data kembali cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintasi peneliti pada waktu menulis sajian datadengan melihat kembali sebentar pada catatan-catatan lapangan . verifikasi juga dapat berupa kegiatan yang dilakukan dengan lebih mengembangkan ketelitian, misalnya dengan cara berdiskusi atau saling memeriksa antar teman. Verifikasi juga dapat dilakukan dengan usaha yang lebih luas yaitu dengan melakukan replikasi dalam satuan data yang lain. Pada dasarnya makna data harus di uji validitasnya, supaya simpulan penelitian menjadi lebih kokoh dan lebih dipercaya (Sutopo, 2002 : 93).

UJI VALIDITAS DATA

Triangulasi Data (Triangulasi Sumber)

Metode triangulasi merupakan salah satu metode yang paling umum di pakai dalam uji validitas penelitian kualitatif. Metode triangulasi di dasarkan pada filsafat fenomenologi. Fenomenologi merupakan aliran filsafat yang mengatakan bahwa kebenaran bukan terletak pada peneliti, melainkan realitas objek itu sendiri. untuk memperoleh kebenaran, secara epistemologi harus dilakukan penggunaan multiperspektif. Triangulasi adalah proses untuk mendapatkan data valid melalui penggunaan variasi instrumen. Ide tentang triangulasi bersumber dari ide tentang *multiple operational* yang mengesankan bahwa kesahihan temuan-temuan dan tingkat konfidensinya akan dipertinggi oleh pemakaian lebih dari satu pendekatan untuk pengumpulan data. Pendapat ini semula dirumuskan dalam konteks penelitian kuantitatif yang mana lebih dari satu pendekatan operasionalisasi konsep direkomendasikan mengingat fakta-fakta bahwa semua perhitungan cenderung keliru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Komunikasi – Kewenangan yang merupakan sub dari teori organisasi. Teori ini di rasakan sesuai untuk membantu penulis

melakukan pembahasan di dalam penelitian penulis yaitu “Analisa Pola Komunikasi Pada Manajemen Waroeng Group- *Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta”. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah sistem orang bukan struktur yang direkayasa secara mekanis. Secara formal organisasi adalah suatu sistem kegiatan dua orang atau lebih yang dilakukan secara sadar dan terkoordinasikan, menitik beratkan konsep sistem dan konsep orang. Tekanannya pada aspek kooperatif organisasi mencerminkan pentingnya unsur manusia di dalam organisasi. Di dalam teori ini menjelaskan bahwa sebuah organisasi dapat eksis jika di dalamnya terdapat kemampuan berkomunikasi dengan baik dan kemampuan berkerja sama.

Organisasi adalah sebuah sistem yang membutuhkan orang-orang untuk menjalankan fungsi organisasi tersebut. Bukan sekedar terbentuk dari sistem orang, organisasi juga hidup dari kemampuan koordinasi dan berkomunikasi baik para pelakunya atau organisatornya. Manajemen Waroeng Group adalah sebuah organisasi yang mempunyai pengaruh di dalam perkembangan *Waroeng Steak and Shake*. Sebagai sebuah Organisasi yang berpengaruh di dalam sebuah lingkungan, Manajemen Waroeng Group pasti mempunyai pola-pola komunikasi di dalam menjalankan fungsi dan kegiatannya sebagai sebuah Organisasi.

Pola komunikasi pada Manajemen Waroeng Group dapat dilihat dari 3 bentuk hubungan, yaitu Pola komunikasi Owner – Manajemen Waroeng Group, Komunikasi Horizontal – ke bawah dan ke atas, dan Manajemen Waroeng Group – Para karyawan. Ketiga bentuk pola komunikasi itu terbentuk dengan dipengaruhi oleh beberapa modus seperti : komunikasi Organisasi formal-informal, budaya Organisasi, pengaruh penggunaan media, dan hambatan komunikasi yang ada pada Manajemen Waroeng Group. Di setiap bentuk dan modus yang ada, terdapat pola-pola komunikasi, pola-pola ini berbentuk aliran informasi, hubungan, dan jaringan Komunikasi Organisasi.

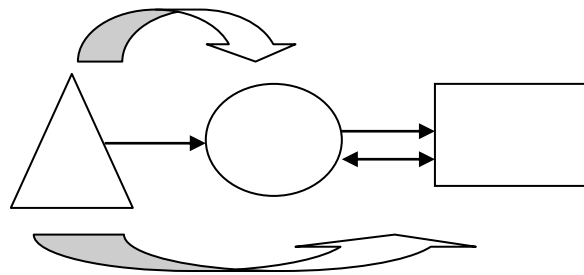
Pola komunikasi Pimpinan – Manajemen Waroeng Group, pada bentuk pola ini terdapat hubungan komunikasi diadik, triadic dan pola komunikasi berdasarkan jaringan. Pimpinan(pemilik) mempunyai dua pola komunikasi yang beliau gunakan untuk berkomunikasi kepada Direktur Manajemen Waroeng Group dan jajarannya, yaitu apa yang beliau sebut dengan penegasan atau pola komunikasi satu arah dan diskusi atau komunikasi dua arah.

Pada pola penegasan, Pimpinan (pemilik) *Waroeng Steak and Shake* tidak mengharapkan adanya timbal balik dari pesan yang sudah beliau sampaikan kepada Direktur Manajemen Waroeng Group maupun anggotanya. Penegasan dimaknai oleh Pimpinan sebagai sebuah bentuk komunikasi yang tidak perlu Manajemen Waroeng Group atau Direktornya jawab, hanya perlu mereka dengarkan dan kemudian di aplikasikan. Penegasan merupakan pola komunikasi dari atasan kebawah dengan alur komunikasi satu arah yang dipergunakan untuk memberikan perintah dan nasihat yang sifatnya otoritatif atau tidak bisa dibantahkan lagi.

Pola komunikasi kedua yang digunakan oleh Pimpinan untuk berkomunikasi dengan Direktur dan seluruh jajaran Manajemen Waroeng Group adalah dengan apa yang beliau sebut pola diskusi. Di dalam pola ini pimpinan bisa mengadakan rapat dengan Manajemen Waroeng Group atau dengan hanya memanggil Direktur ataupun bagian-bagian yang berkepentingan. Pimpinan akan membuka pembicaraan mengenai sesuatu kepada Manajemen Waroeng Group dan di dalam hal ini Pimpinan bermaksud untuk meminta ketanggapan dari Manajemen Waroeng Group untuk aktif di dalam menyambut pesan yang beliau sampaikan itu.

Di dalam membangun pola komunikasinya Pimpinan mengharapkan adanya keaktifan dari Manajemen Waroeng Group di dalam menjalin komunikasi dengan beliau. Di dalam Pola yang Pimpinan ini, beliau menerapkan komunikasi diadik dan komunikasi triadik

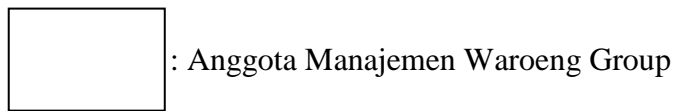
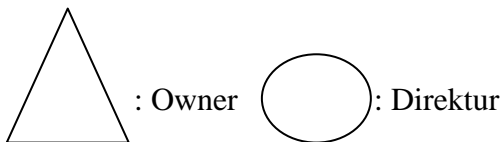
dengan memanggil perwakilan dari Manajemen Waroeng Group saja bukan keseluruhan dari anggota Manajemen Waroeng Group, hal ini dilakukan untuk melatih kepekaan para anggota Manajemen Waroeng Group di dalam mengalirkan informasi keseluruhan anggota kepengurusan Manajemen Waroeng Group.



Gambar 1

Aliran informasi Owner Kepada Direktur dan Anggota Manajemen Waroeng Group

(Sumber : Data Primer 2013)



→ : garis aliran komunikasi satu arah

↔ : garis aliran komunikasi dua arah

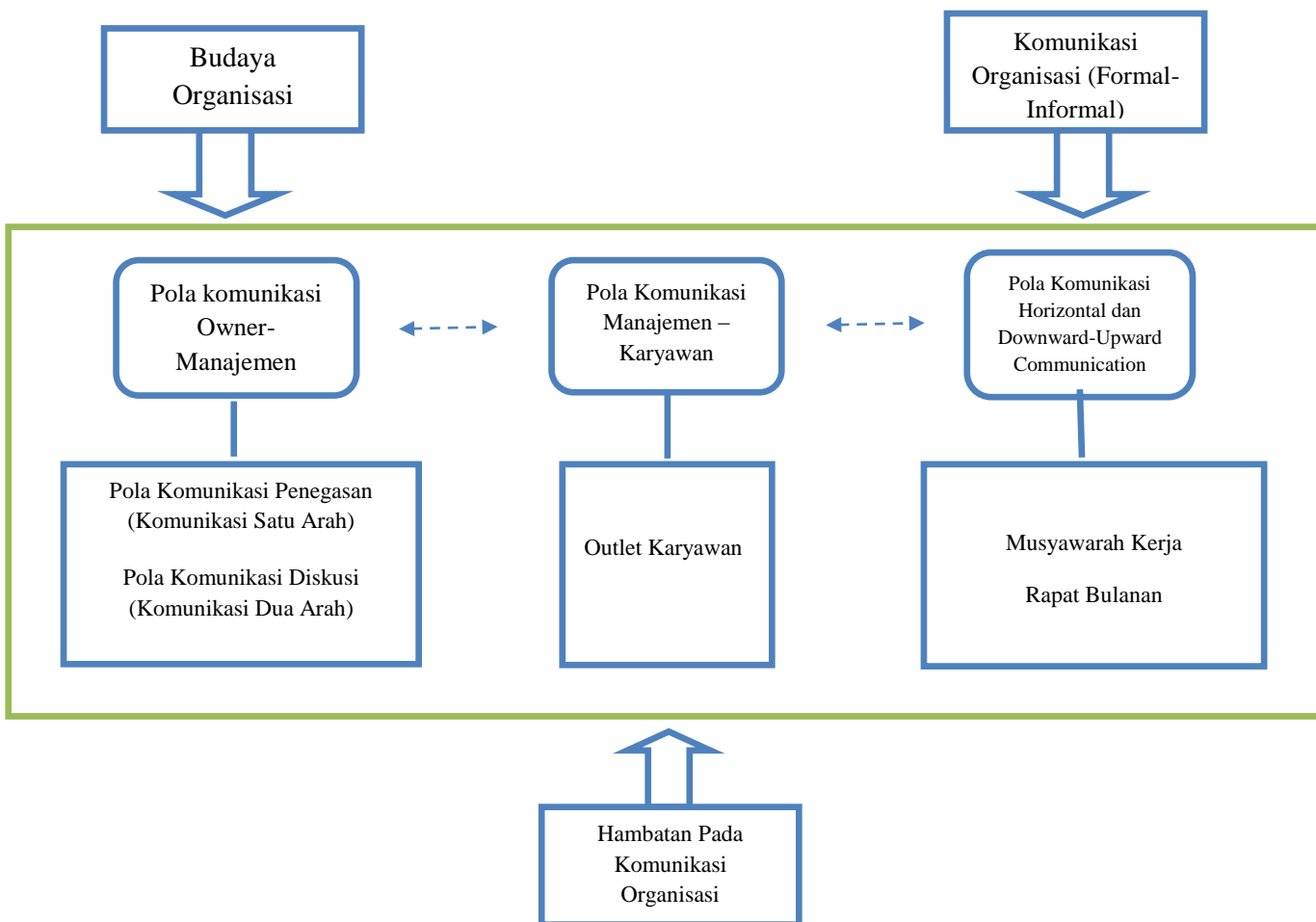
↷ : garis informasi langsung

Bentuk pola komunikasi pada Manajemen Waroeng Group yang kedua adalah pola komunikasi hubungan Komunikasi Horizontal – ke bawah dan ke atas. Pola yang satu ini

adalah jalinan pola komunikasi yang ada di dalam tubuh Manajemen Waroeng Group dan pola komunikasi Organisasi yang digunakan seluruh anggota untuk berkomunikasi dengan sesama anggota, ke atasan dan kepada bawahan. Di dalam peristiwa Musyawarah Kerja (MUKER) dan Rapat Bulanan Manajemen Waroeng Group bisa terlihat sebagian bagaimana cara mereka berkomunikasi, pada MUKER atau Rapat Bulanan itu berlangsung para anggota Manajemen Waroeng Group ini saling berdiskusi, saling mengkritisi dan saling memberikan saran antara satu bagian ke bagian yang lain. Komunikasi horizontal bisa dirasakan pada momen ini, dimana antara perbagian di dalam Manajemen Waroeng Group dapat berkomunikasi secara langsung dan bisa berinteraksi mengirimkan pesan, menerima pesan dan memproses pesan-pesan yang ada pada peristiwa Musyawarah Kerja atau Rapat Bulanan Manajemen Waroeng Group.

Momen Musyawarah Kerja dan Rapat Bulanan ini juga adalah area dimana komunikasi ke pada bawahan dan atasan terjadi. Selain sebagai anggota di dalam rapat, Ketua juga berfungsi sebagai penelaah di dalam MUKER dan Rapat Bulanan Manajemen Waroeng Group, jika ada hal yang tidak dapat di diskusikan untuk melahirkan kata mufakat atau terjadi perdebatan yang mengenai suatu hal yang tidak ditemukan titik tengahnya oleh bagian-bagian yang ada pada Manajemen Waroeng Group, maka secara langsung Ketua akan memberikan jalan tengah dan membuat keputusan mengenai masalah itu (komunikasi ke bawah). Keputusan dari Ketua ini bisa saja tidak bisa diterima oleh anggota Manajemen Waroeng Group yang lain, ketika hal ini terjadi maka anggota lainnya akan menginterupsi pendapatnya terhadap keputusan Direktur itu dan terjadilah proses timbal balik penerimaan dan pengiriman pesan dari Atas ke bawah dan begitu juga sebaliknya, hal ini adalah contoh dari Pola Komunikasi Organisasi dengan aliran informasi yang terjadi pada Manajemen Waroeng Group antara atasan, bawahan, dan hubungan horizontal sesama anggota jika di analisa dari momen Musyawarah Kerja dan Rapat Bulanan Organisasi.

Tiga bentuk Pola komunikasi yang ada pada Manajemen Waroeng Group tidak lahir dengan sendirinya. Selain oleh Komunikasi Organisasi – Formal dan Informal, Pola komunikasi yang ada pada Manajemen Waroeng Group juga di bentuk oleh tiga bagian penting yaitu : Budaya yang ada di dalam organisasi serta penyebab adanya budaya itu, Pemanfaatan media yang digunakan dan media apa saja yang digunakan, dan yang terakhir adalah adanya hambatan – hambatan di dalam komunikasi organisasi Manajemen Waroeng Group itu sendiri. Dari empat bagian tersebut masing-masing memiliki bentuk pola komunikasi, bentuk pola-pola komunikasi yang ada pada empat bagian penting inilah yang melahirkan pola komunikasi pada Manajemen Waroeng Group, dengan kata lain pola komunikasi Organisasi pada Manajemen Waroeng Group dibentuk dan terbentuk dari beberapa pola komunikasi yang terdapat di dalam empat bagian penting dari kehidupan di lingkungan kehidupan Manajemen Waroeng Group.



Gambar 2
Pola Komunikasi Organisasi Pada Manajemen Waroeng Group Waroeng Steak and Shake
Yogyakarta
(Sumber : Data Primer, 2013)

KESIMPULAN

Pola komunikasi yang ada pada Manajemen Waroeng Group dibentuk dan dipengaruhi oleh beberapa hal. Komunikasi Organisasi Formal – Informal, Budaya Organisasi, di dalam komunikasi berorganisasi dan adanya hambatan di dalam komunikasi Organisasi membentuk dan melahirkan pola komunikasi organisasi pada Manajemen Waroeng Group.

Ketiga hal yang membentuk pola komunikasi di atas menciptakan aliran-aliran dan jaringan di dalam komunikasi pada Manajemen Waroeng Group. Ada tiga pola komunikasi pada Manajemen Waroeng Group yaitu : Pola Komunikasi Pimpinan dengan Manajemen Waroeng Group, Komunikasi Horizontal dan Komunikasi Ke Bawah – Komunikasi Ke atas (*Downward – Upward communication*), dan Pola komunikasi Manajemen Waroeng Group dengan karyawan. Hal inti dari ke-tiga pola komunikasi ini adalah :

1. Pola Komunikasi Pimpinan dengan Manajemen Waroeng Group

Pola komunikasi ini adalah pola hubungan yang terjalin antara Pimpinan dan Manajemen Waroeng Group. Pimpinan sangat berperan di dalam pola komunikasi ini sedangkan kepengurusan Manajemen Waroeng Group periode ini belum begitu bersifat aktif di dalam pola ini.

2. Komunikasi Sesama Anggota Organisasi pada Manajemen Waroeng Group (*Downward – Upward communication*)

Pola komunikasi ini merupakan pola hubungan antara sesama anggota di dalam tubuh Manajemen Waroeng Group. Pada Pola ini terjadi hubungan komunikasi antar bagian

yang ada pada Manajemen Waroeng Group dan hubungan komunikasi dengan bagian kepada Direktur Organisasi ini.

3. Pola komunikasi Organisasi Manajemen Waroeng Group dengan Para Karyawan

Pola ini digunakan untuk mesosialisasikan kegiatan yang dikordinir oleh Organisasi dan pada pola ini aliran komunikasi ke bawah dari Manajemen Waroeng Group kepada karyawan terjadi dengan menggunakan agen-agen komunikasi dan media yang digunakan oleh organisasi ini.

SARAN

Untuk para anggota kepengurusan Manajemen Waroeng Group:

- Kualitas cara berkomunikasi dan pengetahuan mengenai organisasi dan berorganisasi penting untuk ditingkatkan lagi karena daya tangkap masing-masing anggota manajemen Waroeng Group ini dipercaya oleh Bapak Jody Brotosuseno selaku owner sebagai salah satu hambatan di dalam berjalannya arus komunikasi di manajemen Waroeng Group. Untuk menjadi Organisator yang baik anda perlu banyak tau hal-hal mengenai bagaimana cara berorganisasi dan memahami apa itu sebuah Organisasi dengan baik.
- Menjalinkan komunikasi kepada seluruh unsur yang berpengaruh terhadap kehidupan Organisasi merupakan hal yang selalu harus dilakukan. Kepentingan menjalin hubungan komunikasi di dalam berorganisasi adalah kepentingan mutlak. Para anggota Manajemen Waroeng Group pasti sudah cukup sering berkomunikasi antar anggota Manajemen Waroeng Group yang lainnya. Karyawan juga merupakan bagian terpenting dalam Manajemen Waroeng Group. Apabila Manajemen Waroeng Group tidak dapat melayani karyawan dengan baik, tentu karyawan juga tidak dapat melayani para konsumen Waroeng Steak and Shake dengan baik. Dengan adanya outlet

karyawan, penulis harapkan karyawan dan Manajemen Waroeng Group dapat lebih menjalin hubungan komunikasi yang lebih baik lagi dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Moleong Lexy J, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Qomar, Mujamil, 2005, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, Erlangga.

Sutopo, H. B. 2002, *Metode penelitian kualitatif*, Sebelas Maret Univercity Press

Wayne, Face R dan Don F. Faules, 2006, *Komunikasi Organisasi*, PT. Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_organisasi/03_Februari_2013, 07.20