



**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN
PT SELARAS CIPTA BERSATU DALAM
MEMPERTAHANKAN KERJASAMA TIM PADA MASA
PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

NAMA : PREDI LOIS

NIM : 20190400023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023





**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN
PT SELARAS CIPTA BERSATU DALAM
MEMPERTAHANKAN KERJASAMA TIM PADA MASA
PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

Disajikan sebagai pemenuhan sebagian persyaratan Program Sarjana

NAMA : PREDI LOIS

NIM : 20190400023

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

TANGERANG

2023



LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta
Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada
Masa Pandemi Covid 19

Nama : Predi Lois
NIM : 20190400023
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 24 Juli 2023

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom
NIDN : 0401018307

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom
NIDN : 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa,

Nama : Predi Lois

NIM : 20190400023

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta
Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada
Masa Pandemi Covid 19

Dinyatakan layak untuk mengikuti sidang skripsi

Tangerang, 24 Juli 2023

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom

NIDN : 0401018307

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom

NIDN : 0310048205



LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Predi Lois
NIM : 20190400023
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada Masa Pandemi Covid 19

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Tim Penguji

1. Ketua Penguji : Adrallisman S.S., M.Hum
NIDN : 0427117501
2. Penguji 1 : Suryadi Wardiana M.I.Kom
NIDN : 0411118205
3. Penguji 2 : Galuh Kusuma Hapsari S.Si., M.I.Kom
NIDN : 0401018307

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Universitas Buddhi Dharma

Dr. Lilie Suratminto, M.A

NIDN: 88734350017
SOSIAL DAN HUMANIORA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir dengan judul **Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada Masa Pandemi Covid 19** adalah karya saya sendiri, dan dari semua sumber baik yang dikutip, maupun yang telah saya nyatakan dengan benar.

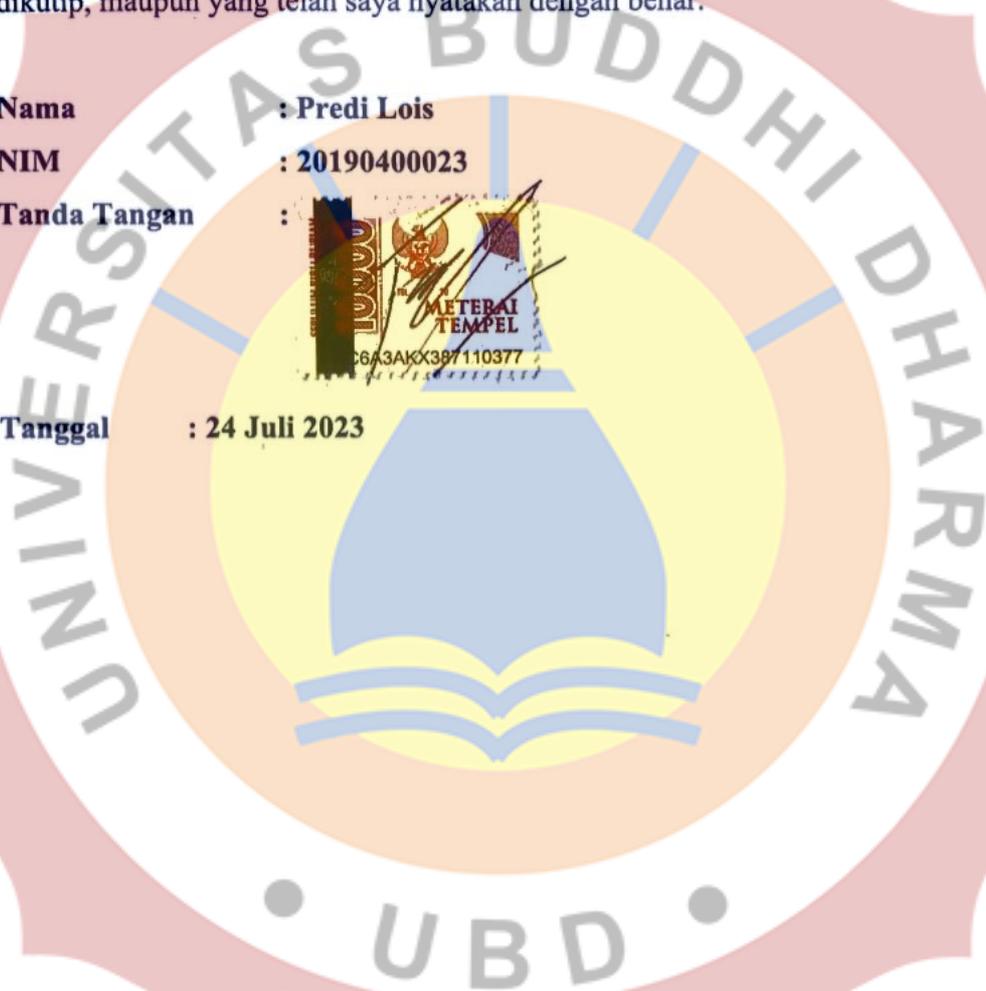
Nama : Predi Lois

NIM : 20190400023

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Juli 2023



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma. Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat membantu untuk perbaikan di masa yang akan datang, dalam penyusunan Skripsi ini pun tentunya tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang peneliti alami. Namun berkat dukungan, serta dorongan semangat dari orang-orang terdekat, peneliti mampu menyelesaikan Penelitian ini.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., B.K.P. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Lilie Suratminto, M.A, Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora.
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom., selaku Dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang sudah memberikan ilmu, bimbingan dan kesabaran yang sangat tinggi dalam menghadapi segala kekurangan peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.
5. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dalam pembelajaran kuliah selama peneliti menempuh studi.
6. Kedua orang tua penulis dan keluarga besar penulis yang tiada henti memberikan doa, dukungan dan harapan kepada penulis. Tidak banyak kata yang dapat diungkapkan penulis untuk setiap kasih sayang yang telah diberikan.

7. Nuke Yulia Sarasvati selaku Manager dari PT. Selaras Cipta Bersatu yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing serta kerjasama dengan penulis sehingga terlaksananya penelitian ini.
8. Rekan Kerja PT Selaras Cipta Bersatu terima kasih telah bersedia untuk membantu peneliti dalam upaya mendapatkan hasil penelitian. Terima kasih juga telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan seputar penelitian ini.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah disebutkan namanya maupun belum. Peneliti dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang diberikan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 24 Juli 2023



Predi Lois

DAFTAR ISI

SAMPUL HALAMAN JUDUL	ivi
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktisi	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Teoritis.....	21

2.2.1	Komunikasi	21
2.2.2	Pola Komunikasi	26
2.2.3	Pandemi Covid 19	33
2.2.4	Karyawan	34
2.2.5	Komunikasi Organisasi	35
2.2.6	Komunikasi Virtual	36
2.3	Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Paradigma Penelitian	47
3.2	Pendekatan Penelitian	48
3.3	Metode Penelitian	48
3.4	Subjek/Objek Penelitian	49
3.4.1	Subjek Penelitian	49
3.4.2	Objek Penelitian	49
3.5	Definisi Konsep	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1	Data Primer	51
3.6.2	Data Sekunder	52
3.7	Teknik Analisis Data	52
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54

4.1.1	Gambaran Umum PT Selaras Cipta Bersatu	54
4.1.2	Visi dan Misi PT Selaras Cipta Bersatu	56
4.1.3	Struktur Organisasi PT Selaras Cipta Bersatu	57
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Pola Komunikasi Pada Karyawan PT Selaras Cipta Bersatu.....	59
4.2.2	Perubahan Pola Komunikasi Pada Karyawan PT Selaras Cipta Bersatu .	61
4.2.3	Kejelasan informasi yang disampaikan Pada Karyawan	64
4.2.4	Perubahan Pola Komunikasi Pada Karyawan PT Selaras Cipta Bersatu .	67
4.3	Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Linier	46
Gambar 2.2 Model Komunikasi Interaksional	47
Gambar 2.3 Model Komunikasi Transaksional	47
Gambar 2.4 Pola Komunikasi Organisasi	58
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	61
Gambar 4.1 Logo PT. Selaras Cipta Bersatu	69
Gambar 4.2 Operasional PT. Selaras Cipta Bersatu	70
Gambar 4.3 Karyawan PT. Selaras Cipta Bersatu	71
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PT Selaras Cipta Bersatu	72
Gambar 4.5 Kegiatan kerja PT Selaras Cipta Bersatu	76
Gambar 6.1 Foto Narasumber 1	96
Gambar 6.2 Foto Narasumber 2	101
Gambar 6.3 Foto Narasumber 3	106
Gambar 6.4 Foto Narasumber 4	111
Gambar 6.5 Foto Narasumber 5	116

ABSTRAK

Komunikasi yang baik sangat penting untuk menjaga kinerja dan membuat organisasi berkembang. Adanya komunikasi yang baik, hubungan antar anggota akan terjalin dengan harmonis dan dapat saling berinteraksi dengan baik. Penting untuk membangun komunikasi yang baik untuk mewujudkan organisasi yang berkembang dan membentuk anggotanya menjadi individu yang berkualitas. Sejak Pandemi Covid 19 melanda Indonesia dan kebijakan Pemerintah untuk lockdown, otomatis semua karyawan melakukan pekerjaannya dari rumah (work form home). Karyawan harus menerapkan kebiasaan baru untuk berkomunikasi secara virtual yang tentu saja akan menimbulkan tantangan baru dalam berkomunikasi. Selama bekerja work from home, PT Selaras Cipta Bersatu menerapkan Pola Komunikasi “Komunikasi Roda (Wheel Communicotion) karena menyediakan penyelesaian masalah yang lebih cepat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Pola Komunikasi Roda menunjukkan kurangnya fleksibilitas dan menunjukkan kepuasan kerja yang rendah antar anggota organisasi sehingga Teamwork pun tidak maksimal.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Work From Home, Komunikasi Virtual, Kerjasama Tim

ABSTRACT

Good communication is very important to maintain performance and make an organization grow. With good communication, relationships between members will be harmonious and they can interact with each other well. It is important to build good communication to create a thriving organization and shape its members into quality individuals. Since the Covid 19 pandemic hit Indonesia and the government's policy of lockdown, all employees have automatically done their work from home (work form home). Employees must adopt new habits for communicating virtually which of course will create new challenges in communicating. During work from home, PT Selaras Cipta Bersatu applies the "Wheel Communication" communication pattern because it provides faster problem resolution. This research is descriptive research with qualitative methods. The research results show that the Wheel Communication Pattern shows a lack of flexibility and shows low job satisfaction among organizational members so that teamwork is not optimal.

Keywords: Organizational Communication, Work From Home, Virtual Communication, Teamwork

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu aktivitas yang melekat dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun hubungannya dengan manusia lain. Dikatakan aktivitas yang melekat dalam kehidupan manusia karena komunikasi menjadi alat yang digunakan dalam berinteraksi satu sama lain dalam suatu kehidupan masyarakat maupun di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia bukan saja komunikasi dijadikan sebagai alat penyalur pesan, ide, gagasan atau buah pikirannya saja, tetapi komunikasi digunakan sebagai alat untuk mengajak atau memengaruhi orang lain. Selain itu, komunikasi juga merupakan alat interaksi untuk menyamakan persepsi dan mencapai berbagai tujuan individu, kelompok, perusahaan maupun masyarakat.

Komunikasi yang baik sangat penting untuk menjaga kinerja dan membuat organisasi berkembang. Dengan komunikasi yang baik, hubungan antar anggota akan terjalin dengan baik dan mereka dapat saling berinteraksi dengan baik. Penting untuk membangun komunikasi yang baik untuk mewujudkan organisasi yang berkembang dan membentuk anggotanya menjadi individu yang berkualitas.

Suatu komunikasi dapat dianggap efektif jika proses komunikasinya berlangsung dengan positif. Ini berarti bahwa komunikator, atau orang yang bertugas untuk menyampaikan pesan, dengan baik kepada audiens atau penerima pesan. Sementara itu, *audiens* atau penerima pesan juga dapat menangkap dan memahami maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Apabila proses komunikasi berjalan efektif, maka akan otomatis mengalami kemajuan dan perkembangan. Anggota atau individu dalam akan aktif dalam membangun dan mengembangkan organisasi, termasuk dalam aspek komunikasi.

Kegagalan dalam organisasi banyak yang disebabkan oleh kurang tertatanya komunikasi yang dilakukan para pelaku organisasi tersebut. Komunikasi yang tidak efektif adalah akar utama permasalahan dalam organisasi. Komunikasi yang efektif antara atasan dan bawahan menjadi faktor penting bagi pencapaian tujuan suatu organisasi.

Komunikasi yang di lakukan secara langsung dapat menimbulkan banyak tantangan hingga kesalahpahaman. Namun sejak Pemerintah mengumumkan Indonesia terinfeksi virus Covid 19 pada 6 Maret 2020 dan Kebijakan pemerintah untuk *lockdown* bahkan mengadakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), otomatis semua karyawan melakukan pekerjaannya dari rumah (*work form home*). Karyawan harus menerapkan kebiasaan baru untuk berkomunikasi secara *virtual* yang tentu saja akan menimbulkan tantangan baru dalam berkomunikasi.

Komunikasi Virtual adalah komunikasi apa pun yang terjadi melalui teknologi, bukan secara langsung. Komunikasi tersebut dapat terjadi secara *real-time* (sinkronisasi) dan asinkron. Saat ini, ada banyak cara untuk berkomunikasi secara virtual di tempat kerja : melalui alat konferensi video, email, solusi pesan instan, atau menggunakan aplikasi komunikasi dan kolaborasi karyawan lainnya .

Dengan munculnya pekerjaan jarak jauh dan *hybrid*, komunikasi virtual telah menjadi sarana komunikasi utama bagi banyak organisasi dan karyawan di seluruh

dunia. Selain itu, jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah di masa depan karena sebagian besar karyawan lebih memilih bekerja dari jarak jauh.

Menurut penelitian terbaru yang dilakukan oleh Buffer, secara mengejutkan 97% orang akan merekomendasikan pekerjaan jarak jauh kepada orang lain, 90% orang menilai pengalaman kerja jarak jauh mereka sebagai hal yang positif, dan 72% sudah menjadi bagian dari lingkungan kerja yang sepenuhnya jarak jauh atau yang mengutamakan jarak jauh.¹

Dengan kondisi Pandemi Covid 19 ini, masing-masing perusahaan memiliki kebijakan sendiri bagaimana mengatur karyawan yang *work from home*. Banyak perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memberikan sarana untuk seluruh karyawan yang *work from home* agar kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan dengan sempurna.

Menurut Grunig dan Hunt Komunikasi Organisasi adalah Proses yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan menyelesaikan masalah dalam sebuah organisasi, dapat dibedakan menjadi empat model, yaitu model transaksional, model transformasional, model interaksi simbolis, dan model komunikasi kontrol. Model transaksional adalah komunikasi yang digunakan untuk menyelesaikan masalah sementara, model transformasional digunakan untuk mengubah perilaku atau sikap individu, model interaksi simbolis digunakan untuk menciptakan makna dalam organisasi, dan model komunikasi kontrol digunakan untuk mengatur dan mengendalikan aktivitas.²

¹ <https://haiilo.com/blog/virtual-communication/> (diakses 8 September 2021)

² <https://pasla.jambiprov.go.id/komunikasi-organisasi-pengertian-tujuan-dan-contoh/> (diakses 8 September 2023)

Pada dasarnya Organisasi adalah suatu kesatuan sosial dari sekelompok manusia yang saling berinteraksi menurut suatu pola tertentu sehingga setiap anggota organisasi memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing, yang sebagai suatu kesatuan mempunyai tugas tujuan tertentu dan mempunyai batas-batas yang jelas, sehingga bisa dipisahkan secara tegas dari lingkungannya.

Dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah merupakan suatu wadah/tempat proses kegiatan orang-orang yang bekerja sama, mempunyai fungsi dan wewenang untuk mengerjakan usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan. Organisasi tumbuh berkembang seiring dengan perkembangan lingkungan sosial yang dinamis.

Keberadaan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Agar dapat mencapai tujuan itu, organisasi memerlukan sistem manajemen efektif yang akan menunjang jalannya organisasi secara terus-menerus dan tingkat efektivitas kerja pegawai juga perlu diperhatikan.

Pada umumnya organisasi memiliki beberapa bagian yakni bagian Pemasaran, bagian Keuangan, bagian Produksi, bagian Sumber Daya Manusia, dan bagian Administrasi. Masing-masing bagian tersebut melaksanakan kegiatan yang berbeda tetapi tetap saling berhubungan satu sama lain. Tingkat kegiatan yang dilaksanakan organisasi akan mengalami perubahan dari suatu periode ke periode berikutnya.

Dalam pelaksanaan organisasi itu sendiri, terdapat beragam permasalahan yang terjadi mulai dari posisi terendah sampai ke tingkat *decision maker* itu sendiri. Permasalahan itu sendiri harus segera diselesaikan agar tidak terjadi menjadi bumerang yang akan menghancurkan organisasi itu sendiri. Permasalahan yang sering ditemui dalam organisasi adalah komunikasi yang tidak berjalan dengan baik. Komunikasi tidak terjalin baik secara vertikal maupun horizontal.

Kerjasama merupakan sebuah bentuk dari interaksi sosial yang bersifat asosiatif. Kerja sama dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana mereka memiliki pandangan yang sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam sebuah organisasi sangat diperlukan kerjasama agar tujuan dari organisasi tersebut dapat tercapai dengan baik.

Meskipun demikian, menjalin sebuah kerja sama antara anggota organisasi yang satu dengan anggota yang lainnya tidaklah semudah yang dibayangkan. Dalam sebuah kerjasama, tidak dapat dipungkiri bahwa akan ada bahaya dan ancaman internal ataupun eksternal yang akan menguji bahkan menyinggung kesetiaan anggota dalam sebuah organisasi.

Menurut Charles H. Cooley, kerjasama akan timbul jika seseorang atau kelompok yang sadar jika mereka memiliki kepentingan yang sama dan pada saat yang sama pula. Bagi mereka yang bekerja sama akan memiliki pengetahuan dan kesadaran untuk memenuhi segala kepentingannya.³

³ <https://www.kompasiana.com/maylutherdewantosinga/5cee455c3ba7f759e64857b7/pentingnya-kerjasama-dalam-sebuah-organisasi>

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa ikatan tim yang kuat akan menjadi salah satu investasi terbaik untuk masa depan perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa kegiatan *team building* yang diadakan oleh perusahaan dapat membantu meningkatkan produktivitas karyawan secara keseluruhan. Sayangnya, ikatan antara tim tidak akan terjalin dengan erat, jika penerapan kegiatan *team building* tersebut tidak memperhatikan apa yang sebenarnya karyawan rasakan.

Maksudnya, kita perlu membina hubungan yang baik dengan karyawan dan membantu terjalinnya hubungan yang harmonis antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Mengapa demikian? Karena akan ada perbedaan yang cukup signifikan ketika kegiatan *team building* diikuti oleh tim kerja yang merasa “terpaksa” untuk mengikutinya dengan tim kerja yang benar-benar menginginkan kegiatan *team building* tersebut diadakan.

Struktur suatu organisasi akan menentukan Pola atau Jaringan Komunikasi Organisasi itu sendiri. Misalnya, dalam organisasi yang dikendalikan secara terpusat, maka komunikasi akan berpusat di antara orang-orang yang memiliki jabatan tinggi saja.

Menurut Robbins & Judge dalam Siregar dkk (2021:102-104), terdapat 5 macam jaringan atau pola komunikasi organisasi yang di antaranya adalah Pola Komunikasi Roda (*Wheel Communication*), Pola Komunikasi Y (*Inverted Y Communication*), Pola Komunikasi Melingkar (*Circle Communication*), Pola Komunikasi Rantai atau Bersambung (*Chain Communication*), Pola Komunikasi

Bintang atau Menyeluruh (*All Channel Communication*). Deskripsi Pola /Jaringan komunikasi ini akan Penulis jelaskan terpisah pada Bab 2.

Pola atau Jaringan Komunikasi Pimpinan dan Karyawan yang berjalan dengan efektif akan berdampak pada menurunnya *miss-communication*. Selain itu dapat membuat keefektifan serta kelancaran komunikasi pada karyawan sehingga secara tidak langsung akan mempermudah suatu organisasi dalam mencapai tujuannya melalui pola komunikasi yang baik.

PT. Selaras Cipta Bersatu merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi barang (ekspedisi) yang mengirimkan barang atau produk rekanan perusahaan mulai dari pulau Jawa hingga luar pulau Jawa dengan memiliki ratusan armada darat. Pada tahun 2005, PT. Selaras Cipta Bersatu telah mengukuhkan diri sebagai penyedia layanan jasa logistik terpercaya dan telah menjadi Perusahaan Terbatas yang memiliki karyawan kurang lebih 200 orang.

Pola atau Jaringan Komunikasi yang digunakan PT Selaras Cipta Bersatu adalah Pola Komunikasi Roda (*Wheel Communicotion*). Pola Komunikasi Roda (*Wheel Communicotion*) adalah Komunikasi Organisasi yang berpola roda memiliki pemimpin pada posisi utama, dan memiliki pengaruh atau kontrol pada proses penyampaian pesan atau informasi. Sehingga semua informasi yang ada pada organisasi harus disampaikan terlebih dahulu kepada pimpinan atau atasan.

Perintah atau instruksi, laporan atau pertanggungjawaban serta pengawasan kinerja berpusat pada pimpinan atau atasan dengan empat bawahan atau lebih, dan tidak ada komunikasi yang dilakukan sesama anggota atau bawahan lain.

Pola Komunikasi Roda sangat umum digunakan di sebagian organisasi karena menyediakan penyelesaian masalah yang lebih cepat. Namun, pola komunikasi ini menunjukkan kurangnya fleksibilitas dan menunjukkan kepuasan kerja yang rendah antar anggota organisasi.

Dengan pola komunikasi ini, jika seorang anggota ini berkomunikasi dengan anggota lain maka pesannya harus disampaikan melalui Pimpinan. Pemimpin mempunyai wewenang dan kekuasaan penuh untuk mempengaruhi anggotanya. Semua bentuk laporan, instruksi, perintah kerja dan kepengawasan terpusat satu orang yang memimpin dengan empat bawahan atau lebih dan tidak terjadi interaksi (komunikasi) antara satu bawahan dengan bawahan yang lain. Dikarenakan masa pandemi Covid 19, Pimpinan juga menginformasikan perubahan *meeting* yang biasanya dilakukan *offline* berubah menjadi *online*. Otomatis perubahan seperti ini perlu penyesuaian karyawan yang terbiasa bertatap muka, hadir di kantor menjadi bertemu secara *virtual*.

Namun pada pelaksanaannya, penerapan *work from home*, *meeting online* dll, ternyata memiliki tantangan dan kendala yang tidak mudah, karena tidak semua pekerjaan dapat dikerjakan dari rumah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan *work from home* seperti kurangnya komunikasi, koordinasi, gangguan “domestik” lingkungan di rumah tangga, dan lain sebagainya.

Merujuk pada pemaparan latar belakang diatas, maka itu Penulis tertarik memilih PT. Selaras Cipta Bersatu sebagai objek penelitian dan memilih judul Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada Masa Pandemi Covid 19.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diidentifikasi, maka rumusan masalah ini adalah Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada Masa Pandemi Covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan PT Selaras Cipta Bersatu Dalam Mempertahankan Kerja Sama Tim Pada Masa Pandemi Covid 19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di kemudian hari bagi penelitian selanjutnya. Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu Manfaat Akademis dan Manfaat Praktis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan kajian dan memperkaya ranah Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Organisasi dalam semua lini perusahaan / organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada semua lini perusahaan/organisasi terutama pada perusahaan ekspedisi dimana jenis perusahaan ini berorientasi pada pelayanan pelanggan maka dalam organisasi

sangat penting menjalin komunikasi bukan satu arah namun dua arah supaya memperkuat kerjasama Tim (*teamwork*).



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penulisan skripsi ini peneliti menggunakan informasi yang bersumber dari peneliti terdahulu yang lebih awal melakukan penelitian terkait sebagai bentuk perbandingan, agar dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai Pola Komunikasi Organisasi dengan ruang lingkup dan objek penelitian yang berbeda. Baik pada objek instansi pemerintahan maupun badan organisasi dengan fokus akhir laba atau keuntungan. Penelitian mengenai Pola Komunikasi Organisasi selama Masa Pandemi Covid 19 dengan subjek penelitian PT. Selaras Cipta Bersatu berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian terdahulu ditemukan beberapa penelitian sejenis berupa **Skripsi** yang dilakukan oleh :

Pertama, Solihah Anisatu, (2019). Penelitian ini mengenai “**Model Komunikasi Dosen dan Mahasiswa dalam Pendalaman Tahsin Tilawah melalui Virtual Learning**” (Sekolah Tinggi Shuffah Al-Qur'an Abdullah bin Mas'ud Muhajirin Natar Lampung Selatan) dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini berfokus pada model komunikasi yang dianggap akan lebih efektif dalam keberhasilan berkomunikasi karena pesan yang di sampaikan akan lebih dapat diterima dengan baik oleh sasarannya. Pada Shuffah

Al-Qur'an Abdullah Bin Mas'ud melakukan proses pembelajarannya secara virtual melalui media.

Kedua, Fauzi Rizky (2019). Penelitian ini mengenai **“Penggunaan Line sebagai Media Komunikasi Organisasi (Studi Kualitatif Deskriptif Media Sosial Line pada UKM di Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini didasarkan pada fungsi dari Line itu sendiri yaitu yang tidak hanya berfungsi sebagai *trend* saja namun juga dapat mendukung aktivitas organisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana teknik pengumpulan data yang menggunakan metode wawancara mendalam, dengan teknik sampling secara purposive sampling yang menggunakan kriteria yang dapat ditetapkan oleh peneliti dengan sepuluh informan dari 5 UKM di UMS. Pada penelitian ini juga menggunakan triangulasi sumber serta menyajikan data peneliti menggunakan metode analisis data.

Ketiga, Ajid Sajidin (2022). Penelitian ini dengan judul **“Analisis Pola Komunikasi Organisasi pada masa Pandemi COVID 19”** Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. Penelitian ini dilatar belakangi oleh terjadinya pandemi covid-19. Pandemi menjadi penyebab pelaksanaan Pendidikan mengalami halangan dalam melaksanakan pembelajaran tatap muka dan menjadikan kampus mengeluarkan kebijakan kuliah online. Kebijakan tersebut berdampak pada organisasi ekstra kampus yang mengalami berbagai perbedaan dalam proses komunikasi organisasinya. Penelitian ini meneliti mengenai pola komunikasi organisasi Himpunan mahasiswa Islam

(HMI) koordinator komisariat Universitas Islam Indonesia (UII) pada masa pandemic covid-19 dan apa saja faktor pendukung dan penghambatnya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pengambilan data menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) pola komunikasi organisasi HMI sesuai berdasarkan hirarki struktur pimpinan dan struktur kekuasaan HMI yang tercantum dalam konstitusi HMI. Meskipun dalam konstitusi tidak ada diagram yang menjelaskan pola komunikasi organisasi, namun berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi HMI adalah menggunakan model rantai (chain). 2) isi pesan berdasarkan fungsi komunikasi dalam organisasi Himpunan mahasiswa Islam UII pada masa pandemic covid-19 diantaranya adalah fungsi informasi, fungsi regulasi, fungsi persuasi dan fungsi integrasi. 3) faktor pendukung dalam pola komunikasi HMI Korkom UII pada masa pandemic covid-19 diantaranya adalah HMI masih bisa menjalankan organisasi walaupun pada masa pandemic covid-19; terdapat kader komisariat dan pengurus Korkom UII yang masih berada di Yogyakarta pada masa pandemic; masih bisa dilaksanakan komunikasi secara tatap muka (offline). Adapun faktor penghambatnya adalah kurang efektifnya komunikasi yang dilaksanakan secara online dilingkup HMI cabang Yogyakarta.

Berikutnya, penulis menemukan penelitian terdahulu yang serupa yakni beberapa penelitian sejenis berupa **Tesis** yaitu sebagai berikut:

Pertama, Mutmainnah (2021). Penelitian ini membahas mengenai **“Strategi Komunikasi Tim Satuan Tugas (Satgas) Kab. Polewali Mandar Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menghadapi Wabah Virus Corona”** Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Tim Satuan Tugas (Satgas) di Kab Polewali Mandar dalam membangun kesadaran masyarakat menghadapi wabah virus korona dan mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektifitas strategi komunikasi Tim Satgas di Kab Polewali Mandar dalam menghadapi wabah virus korona.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perubahan sosial dan teori tujuan komunikasi (Communication Goals Theory). Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Tim Satuan Tugas (Satgas) di Kab. Polewali Mandar adalah dijalankan dengan melalui empat tahapan yakni melalui pengumpulan data, melakukan atau membuat perencanaan, melakukan komunikasi, melakukan evaluasi. Strategi diimplementasikan dalam penyebaran informasi yang informatif, edukatif dan persuasif melalui media komunikasi online, cetak, elektronik dan media sosial, serta melakukan strategi kolaborasi seluruh perangkat daerah melalui program gedor bersih covid yang berbasis kekeluargaan secara door to door. Faktor yang mendukung efektifitas strategi komunikasi yang dilakukan tim satgas dalam

menyadarkan masyarakat menghadapi wabah virus corona adalah pemerintah mengeluarkan kebijakan penanganan virus korona yang lengkap, media TV, radio nasional, media online.

Media Sosial juga turut menyajikan informasi dan edukasi terkait virus corona dan terkait pemulihan ekonomi, Tersedianya sistem informasi lengkap khusus mengenai virus korona disajikan pemerintah melalui www.covid.go.id Faktor yang menjadi penghambat di antaranya terdapat 39% wilayah di Kab. Polewali Mandar yang berstatus blank spot atau ketiadaan sinyal komunikasi, informasi hoaks terkait virus korona yang cukup intens beredar di masyarakat, luas wilayah dan kepadatan penduduk menjadi kendala pemerataan pelayanan dan penyebaran informasi oleh tim Satgas di Kab. Polewali Mandar, terakhir adalah lafar belakang pendidikan dan budaya yang beragam juga menjadi faktor penghambat efektifitas strategi komunikasi yang dilakukan tim Satgas Kab. Polewali Mandar.

Kedua, Nyimas Sri Rahayu (2022). Penelitian ini membahas mengenai **“Komunikasi Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di SMA Pasundan 7 Bandung”**. Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembelajaran daring pada masa pandemi covid-19 secara daring dan menggunakan media seperti handphone, whatsapp, google classroom, google meet, google form, dan zoom meeting. Dalam pelaksanaan pembelajaran daring, guru dan siswa mengalami kendala. Guru menyampaikan materi tidak leluasa, karena pada saat guru menyampaikan dan menjelaskan materi terkadang siswa kurang mudah memahami materi yang

dijelaskan. Selain itu, kuota, jaringan, dan HP menjadi kendala yang menghambat komunikasi dalam pembelajaran daring. Solusinya yakni pihak sekolah menyediakan modul pembelajaran untuk namun mempelajarinya di rumah.

Sedangkan hasil penelitian mengenai komunikasi pembelajaran tatap muka adalah pembelajaran dilakukan secara langsung di kelas namun dilaksanakan secara terbatas, sehingga disebut pembelajaran tatap muka terbatas (PTMT). Komunikasi pembelajaran tatap muka lebih baik dan lancar, karena pembelajaran dilaksanakan secara langsung. Pembelajaran dibagi menjadi dua sesi. Namun dalam pelaksanaan PTMT, pembelajaran daring masih dilaksanakan. Yakni dengan bergantian jenjang kelas, misal pada minggu pertama kelas 10 yang melaksanakan PTMT, maka kelas 11 melaksanakan pembelajaran secara daring. Kendala yang dihadapi terbatasnya waktu, sehingga guru kurang maksimal dalam menyampaikan dan menjelaskan materi. Solusi yang dilakukan guru memberikan waktu untuk siswa bertanya dan berdiskusi di luar jam pelajaran di kelas.

Ketiga, Pramana (2021) Penelitian ini membahas mengenai “Adaptasi Komunikasi Tenaga Kesehatan di Masa Pandemi Covid 19” dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk memetakan persepsi para tenaga kesehatan serta mengetahui proses adaptasi yang dilakukan oleh tenaga kesehatan dalam pelayanan kesehatan dengan persepsi risiko paparan COVID-19 selama masa Pandemi COVID-19. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif serta pendekatan studi kasus. Penelitian ini melibatkan sembilan tenaga kesehatan di UPT Puskesmas Purwodiningratan sebagai salah satu UPT Puskesmas dengan

wilayah kerja yang luas di Kota Surakarta. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposif. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan pengelompokan tenaga kesehatan berdasarkan persepsi risiko dan efikasinya, serta proses pencarian informasi dan adaptasi para tenaga kesehatan dalam pelayanan kesehatan dengan persepsi risiko paparan COVID-19 selama masa Pandemi COVID-19. Pada kelompok anxious, efikasi rendah tampak pada perilaku pencarian informasi yang pasif dengan proses adaptasi yang APD sebagai bagian dari pembentukan posisi interaksi. Kelompok responsive dengan kesadaran persepsi risiko tinggi lebih aktif dalam melakukan pencarian informasi dan memandang standar pelayanan sebagai bagian penting dalam proses adaptasi tenaga kesehatan. Pada kelompok indiffererent, persepsi risiko rendah dan efikasi yang rendah serta proses adaptasi tenaga kesehatan di pengaruhi oleh beberapa faktor termasuk keyakinan terhadap ajaran agama. Ketiganya memiliki perilaku pencarian informasi yang berbeda, serta penyesuaian diri yang dipengaruhi oleh kebutuhan, harapan serta keinginan masing-masing.

Berikutnya penulis menemukan beberapa penelitian serupa **Jurnal Nasional** yaitu sebagai berikut:

Pertama, Lydia Fahmawati, Cheerli dan Idham Imarshan (2021). Mahasiswa Universitas Paramadina Tahun 2021 dengan judul “**Fungsi Komunikasi Organisasi Internal Selama Pandemi Covid-19 : Studi Kasus di Organisasi Pendidikan**” Dalam artikel ini, fokus penelitian dilakukan pada bentuk

fungsi-fungsi komunikasi organisasi yang dilaksanakan pada masa krisis Pandemi COVID-19.

Bagaimana suatu organisasi di masa Pandemi COVID-19 ini melaksanakan fungsi komunikasi organisasi agar kegiatan-kegiatan dalam organisasi tetap berjalan dengan baik meskipun banyak perubahan yang terjadi baik dari segi peraturan yang harus diterapkan maupun teknologi yang harus digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Objek dalam penelitian ini adalah Kalbis Institute yang merupakan sebuah perguruan tinggi di Jakarta. Subjek penelitian yang merupakan informan adalah karyawan Kalbis Institute. Hasil penelitian ini berupa bentuk-bentuk fungsi komunikasi organisasi yang dilaksanakan di Kalbis Institute di tengah masa Pandemi COVID-19.

Kedua, Fitri Ariana Putri (2020). Penelitian ini membahas tentang **“Budaya Komunikasi Virtual Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pembelajaran Daring di UIN Walisongo Semarang)”**. Mahasiswa Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui budaya komunikasi virtual pada masa pandemi Covid-19. Dan hasil dari temuan ini media komunikasi virtual yang sering digunakan dalam agenda rapat ataupun pembelajaran pada masa pandemi Covid-19 seperti zoom, skype for business dan gotomeetings. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan library research.

Budaya komunikasi virtual sebagai suatu kebiasaan baru yang dilakukan pada masa pandemic covid-19 secara virtual atau tidak langsung dengan melalui

media sosial. Dalam dunia virtual CMC (Computer Mediated Communication) seseorang dapat saling berinteraksi meskipun tidak dalam lokasi yang sama, namun ekspresi, emosi seseorang tidak terwakilkan seluruhnya karena proses komunikasi hanya melalui layar (face-to screen). Adanya pandemi Covid-19 dinilai mengubah pola komunikasi masyarakat. Dimana komunikasi yang biasanya dapat dilakukan secara tatap muka, kini harus dilakukan secara virtual karena adanya kebijakan social distancing dari pemerintah. cara berkomunikasi tidak hanya bisa dilakukan dengan face to face saja. Akan tetapi dapat dilakukan secara virtual untuk memudahkan dan memanfaatkan adanya media sosial yang ada.

Ketiga, Ridwan Rustandi, Enjang As (2022). Penelitian ini membahas mengenai “**Komunikasi Virtual Pada Masa Pandemi Covid-19**”. Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian dilatarbelakangi karena banyak berubahnya tatanan kehidupan terutama dalam aspek komunikasi akibat Pandemi Covid-19. Pandemi ini, menjadikan hampir segala urusan dilakukan melalui daring. Sehingga dapat dianalisis bahwa bagaimana dampak dari pandemi mempengaruhi efektivitas komunikasi virtual dalam kehidupan.

Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh Covid-19 dalam komunikasi virtual, dan pemanfaatan media komunikasi virtual pada masa pandemi. Dari hasil riset penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pandemi Covid-19 memiliki dampak yang cukup besar terhadap komunikasi virtual. Banyak kegiatan yang akhirnya dialihkan melalui media virtual. Seperti sekolah, kursus, les privat, dan bekerja. Semua aspek kegiatan saat ini menjadi bergantung pada media virtual seperti zoom, google meet, classroom, whatsapp, dan tiktok. Minat dan

kecanduan para remaja kepada game online pun akhirnya semakin meningkat. Metode Penelitian yang dipilih oleh penulis menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan jawaban dari fenomena sosial yang terjadi. Hasil Analisis diambil dari interpretasi penggambaran penjelasan keterangan dari data yang telah diriset.



2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya dengan berkomunikasi. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin, *communicatus*, artinya berbagi atau menjadi milik bersama - mengacu pada upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.

Komunikasi menurut ahli, Menurut ilmuwan politik Amerika Serikat sekaligus pencetus teori komunikasi, Harold Lasswell, komunikasi adalah suatu proses menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa (*who says what in which channel to whom and with what effect*). Sementara itu, menurut webster New Collogiate Dictionary, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Beberapa ahli lainnya turut berpendapat terkait definisi komunikasi:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner: Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

2. Theodore M. Newcomb: Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

Adapun Unsur Komunikasi sebagai berikut:

Dalam prosesnya, setidaknya komunikasi memiliki 3 unsur yaitu pengirim pesan (komunikator), penerima pesan (komunikan), dan pesan itu sendiri. Lebih lanjut, berikut merupakan unsur-unsur komunikasi:

1. Sumber Informasi (Source)

Source adalah sumber atau orang yang menyampaikan pesan, melalui proses dari timbulnya stimulus untuk menciptakan pemikiran dan keinginan untuk berkomunikasi.

2. Encoding

Encoding merupakan proses di mana sistem pusat saraf sebagai sumber informasi memilih simbol-simbol untuk menggambarkan pesan.

3. Pesan (Message)

Pesan termasuk unsur komunikasi yang menjadi segala sesuatu yang memiliki makna. Di mana pesan ini merupakan hasil akhir dari proses encoding.

4. Media

Media komunikasi adalah alat atau cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan ke komunikan. Media komunikasi di antaranya bisa berupa telepon, surat, atau tatap muka secara langsung.

5. Decoding

Decoding yaitu proses di mana komunikasi menginterpretasikan pesan yang telah diterimanya. Interpretasi komunikasi berdasarkan minat, pengetahuan, ataupun kepentingannya.

6. Umpan Balik (Feedback)

Feedback adalah respon dari penerima pesan ke pengirim pesan, yang menjadi bentuk tanggapan dari pesan yang disampaikan. Feedback ini bisa berupa jawaban lisan penerima baik setuju maupun tidak setuju atas pesan tersebut.

7. Hambatan (Noise)

Noise adalah hal-hal yang mengganggu proses komunikasi, dengan kata lain adanya noise akan membuat komunikasi tidak bisa berjalan efektif.

Juga komunikasi memiliki Fungsi Komunikasi guna menjelaskan definisi komunikasi tersebut. Fungsi utama dari komunikasi adalah untuk menginformasikan sesuatu. Menurut Lutfi Basit yang dikutip dalam e-book Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Tia Melia M, dkk, berikut merupakan beberapa fungsi komunikasi:

1. Menginformasikan (To Inform)

Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi kepada seseorang atau publik mengenai ide/pikiran, peristiwa, hingga sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (To Educate)

Sebagai sarana pendidikan, komunikasi menjadi penyampaian ide dan pikiran kepada orang lain sehingga membuat orang lain mendapatkan informasi serta ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (To Entertain)

Komunikasi berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (To Influence)

Komunikasi membuat pihak yang terlibat berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan atau hingga merubah tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

Selain itu, ada juga Tujuan dari Komunikasi, Tujuan komunikasi adalah satu atau beberapa target dalam mengkomunikasikan data, pengetahuan (wawasan), dan emosi. Tujuan komunikasi menurut para ahli dapat berupa target yang dimiliki individu dalam meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum atau target yang dipegang oleh kelompok untuk meraih tingkatan komunikasi yang lebih baik. Adapun tujuan komunikasi adalah untuk:

1. Memberi informasi

Dengan adanya komunikasi antara komunikator dengan komunikan ataupun khalayak maka terjadinya penyampaian informasi, dengan begitu tujuan dari komunikasi ialah untuk menyampaikan informasi secara jelas, detail dan tepat sasaran.

2. Mengubah perilaku/sikap atau mempersuasi

Komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap seseorang atau masyarakat. Seorang komunikan setelah menerima suatu pesan diharapkan dapat mengubah sikapnya menjadi lebih baik atau positif.

3. Mengubah pendapat

Komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat seseorang. Agar tujuan komunikasi ini tercapai maka komunikasi harus berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman adalah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta perubahan pendapat di kalangan komunikan.

4. Mengubah sosial/masyarakat

Dalam suatu kegiatan komunikasi, pemberian pesan atau informasi kepada masyarakat juga bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta dalam tujuan yang diinginkan oleh informasi tersebut. Jadi, kegiatan komunikasi tersebut bertujuan untuk menciptakan terjadinya perubahan sosial dan partisipasi sosial dalam masyarakat.

Bentuk-bentuk Komunikasi, Komunikasi bisa terjadi dalam bentuk personal dan kelompok. Berikut adalah bentuk-bentuk komunikasi:

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi pada diri seseorang, dalam proses ia menerima stimulus dari lingkungannya yang diterima oleh panca inderanya.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal disebut juga komunikasi antar pribadi. Komunikasi Interpersonal merupakan pertukaran pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara kontak langsung dalam bentuk percakapan.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan minimal tiga orang atau lebih yang bertujuan untuk memberi informasi serta melakukan pemecahan masalah.

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi antar manusia yang terjadi dalam sebuah organisasi, bisa berlangsung secara formal ataupun non formal yang diikat oleh sebuah sistem.

5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi di mana suatu organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak secara luas.

2.2.2 Pola Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Pola komunikasi adalah sistem dari suatu proses komunikasi. Di dalamnya terdapat hubungan antara unsur-unsur pembentuk komunikasi seperti komunikator, komunikan serta pesan yang disampaikan oleh kedua belah pihak.

Dalam sebuah organisasi terdapat pola atau arah komunikasi organisasi yang menjadi Arah aliran informasi yang terjadi dalam sebuah organisasi dan terdapat 5 arah komunikasi organisasi diantaranya :

1. Komunikasi ke Bawah (Downward)

Komunikasi ke bawah (Downward) adalah informasi yang mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi (atasan) kepada mereka yang berotoritas lebih rendah (pegawai) biasanya berupa tugas, perintah ataupun instruksi.

Informasi yang biasa dikomunikasikan dengan cara ini, misalnya:

- a. Mengenai bagaimana melakukan pekerjaan;
- b. Mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan;
- c. Mengenai kebijakan dan praktik organisasi;
- d. Informasi kinerja pegawai;
- e. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (sense of mission).

Metode Komunikasi Downward

- a. Tulisan: efektif dilakukan dalam situasi bila diperlukan informasi untuk tindakan yang akan datang, informasinya umum, dan tidak diperlukan kontak pribadi;
- b. Lisan: efektif dilakukan dalam situasi yang membutuhkan teguran dan mendamaikan perselisihan;
- c. Lisan diikuti tulisan: efektif dilakukan dalam situasi yang membutuhkan tindakan segera, tetapi kemudian diikuti tindak lanjutnya yang bersifat umum, perlu pendokumentasian; dan Tulisan diikuti lisan: dinilai tidak cukup efektif untuk setiap situasi.

Contoh Komunikasi Downward

- a. Perintah dari Manager ke Staff

b. Instruksi Presiden kepada Menteri

2. Komunikasi ke Atas (Upward)

Komunikasi Upward dalam organisasi merupakan jenis informasi yang mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan). Komunikasi Upward penting dan memiliki berbagai kegunaan, antara lain:

- a. Informasi bagi pembuatan keputusan;
- b. Memberi informasi bagi atasan kapan bawahan siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka;
- c. Mendorong keterbukaan komunikasi tentang keluhan, kritik muncul ke permukaan sehingga atasan tahu apa yang mengganggu dan menghambat kerja mereka;
- d. Menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan memberi masukan, usulan, gagasan, dan saran;
- e. Memberi informasi pada atasan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah; dan Membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dengan pekerjaan dan organisasi.

Agar komunikasi Ke atas menjadi efektif dan efisien, kita ada baiknya mengikuti beberapa prinsip berikut ini:

- a. Program komunikasi ke atas yang efektif menggunakan saluran rutin;
- b. Program komunikasi ke atas yang efektif menitikberatkan kepekaan dan penerimaan dalam pemasukan gagasan dari tingkat yang lebih rendah;
- c. Program komunikasi ke atas yang efektif mencakup mendengarkan secara objektif;
- d. Program komunikasi ke atas yang efektif mencakup tindakan untuk menanggapi masalah;
- e. Program komunikasi ke atas yang efektif menggunakan berbagai media dan metode untuk meningkatkan aliran informasi; dan
- f. Program komunikasi ke atas yang efektif berlangsung secara berkesinambungan.

Contoh Komunikasi Ke Atas

- a. Laporan kegiatan kepada Atasan

3. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang posisinya setara. Dalam sebuah organisasi, komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan sejawat dalam sebuah unit kerja yang sama. Komunikasi horizontal paling sering terjadi dalam rapat komisi, interaksi pribadi, selama waktu istirahat, obrolan di telepon, memo dan catatan, kegiatan sosial, dan lingkaran kualitas.

Tujuan Komunikasi Horizontal

- a. Untuk mengoordinasikan penugasan kerja;
- b. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan;
- c. Untuk memecahkan masalah;
- d. Untuk memperoleh pemahaman bersama;
- e. Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan;
- f. Untuk menumbuhkan hubungan antar personal

Contoh Komunikasi Horizontal

- a. Obrolan antar teman satu sejawat
- b. Diskusi antara teman untuk mengerjakan tugas

4. Komunikasi Lintas Saluran

Komunikasi lintas saluran adalah aliran informasi sesama rekan sejawat yang melewati batas batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka. Mereka melintasi jalur fungsional dan berkomunikasi dengan orang – orang yang diawasi dan yang mengawasi, tetapi bukan atasan ataupun bawahan mereka.

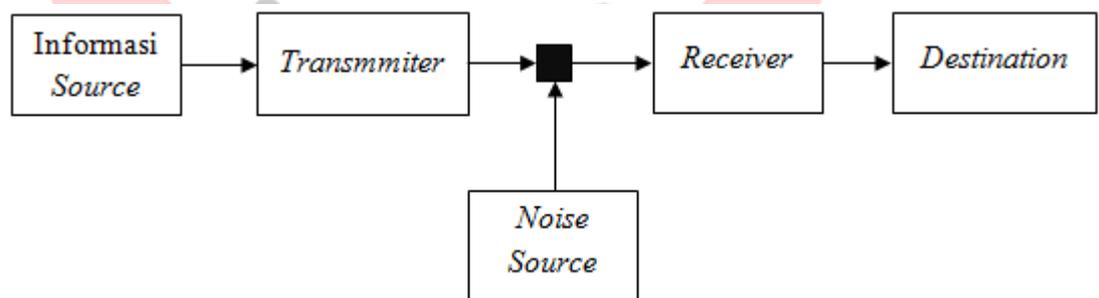
Mereka tidak melewati otoritas lini untuk mengarahkan orang – orang yang berkomunikasi dengan mereka dan terutama harus mempromosikan gagasan – gagasan mereka. Namun, mereka memiliki mobilitas tinggi dalam organisasi. Mereka dapat mengunjungi bagian lain atau meninggalkan kantor mereka hanya untuk terlibat dalam komunikasi informal.

5. Komunikasi Informal, Pribadi, atau Selentingan

Biasanya Informasi informal muncul bukan dari sumber – sumber yang bersifat formal. Informasi informal tersebut muncul justru karena jarang terjadi atau dilakukan komunikasi formal dalam sebuah organisasi. Informasi informal /personal ini muncul dari interaksi di antara orang ke orang. Informasi ini tampaknya mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga dan jaringannya digolongkan sebagai selentingan ataupun gosip.

Adapun Model Komunikasi yang menjelaskan terjadinya proses komunikasi, Tubbs dan Sylvia Moss mengemukakan dalam “Human Communication” bahwa ada tiga model komunikasi:

- a. Model komunikasi linier atau biasa disebut *one-way communication*. Komunikator dalam model ini memberikan suatu stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Komunikan bersifat menolong.



Gambar 2.1 Model Komunikasi Linier

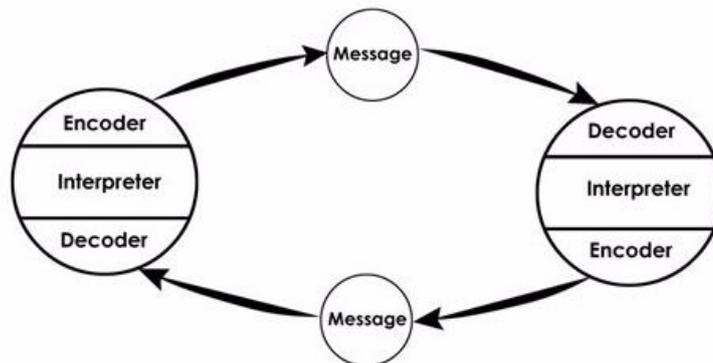
- b. Model komunikasi interaksional atau *two way communication*. Komunikasi ini merupakan lanjutan dari komunikasi model linier. Pada tahap ini, terjadi timbal

balik antara komunikator dengan komunikan dengan ditandai adanya feedback. Karena bersifat dua arah, maka setiap individu mempunyai peran ganda sebagai komunikator juga komunikan. Komunikasi terjadi dengan cara bertatap muka (face to face).



Gambar 2.2 Model Komunikasi Interaksional

- c. Model komunikasi transaksional atau *multiple way communication*. Dalam model ini, komunikasi dipahami dalam konteks hubungan antara dua orang atau lebih. Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif. Tidak ada yang tidak bisa dikomunikasikan.



Gambar 2.3 Model Komunikasi Transaksional

2.2.3 PANDEMI COVID-19

Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius. Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus (SARS-COV), dan menyebabkan penyakit Coronavirus Disease-2019 (COVID-19).

Gejala umum berupa demam 38°C , batuk kering, dan sesak napas merupakan gejala yang perlu diwaspadai karena hal tersebutlah yang membuat seseorang terserang Covid 19. Jika ada orang yang dalam 14 hari sebelum muncul gejala tersebut pernah melakukan perjalanan ke negara terjangkit, atau pernah merawat/kontak erat dengan penderita Covid 19, maka terhadap orang tersebut akan dilakukan pemeriksaan laboratorium lebih lanjut untuk memastikan diagnosisnya. Seperti penyakit pernapasan lainnya, Covid 19 dapat menyebabkan gejala ringan termasuk pilek, batuk, dan demam.

Seseorang dapat terinfeksi dari penderita Covid 19. Penyakit ini dapat menyebar melalui tetesan kecil (droplet) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin. Droplet tersebut kemudian jatuh pada benda di sekitarnya. Kemudian jika ada orang lain menyentuh benda yang sudah terkontaminasi dengan droplet tersebut, lalu orang itu menyentuh mata, hidung atau mulut (segitiga wajah), maka orang itu dapat terinfeksi Covid 19. Atau bisa juga seseorang terinfeksi Covid 19 ketika tanpa sengaja menghirup droplet dari penderita. Inilah sebabnya mengapa

kita penting untuk menjaga jarak hingga kurang lebih satu meter dari orang yang sakit.

Diketahui bahwa semenjak virus ini menyerang penduduk bumi, terutama Indonesia sudah banyak perubahan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya ialah operasional perusahaan diperketat dengan peraturan yang menerapkan untuk berjaga jarak. Maka dari itu, sejak pemerintah Indonesia memutuskan Pandemi Covid 19 sebagai kejadian luar biasa, PT Selaras Cipta Bersatu melalui Surat Keputusan Direksi mewajibkan karyawan melakukan *work from home* terhitung tanggal 02 Maret 2020.

2.2.4. Karyawan

Karyawan merupakan aset perusahaan. Kehadiran karyawan begitu sangat penting hingga saat ini, tanpa adanya karyawan tidak akan terjadi kelancaran dan proses produksi suatu perusahaan. Menurut Undang-undang nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan pasal 1 ayat 2 menyebutkan bahwa karyawan adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat, baik didalam maupun diluar hubungan kerja. Dari defenisi tersebut maka yang dimaksud dengan tenaga kerja yang melakukan pekerjaan didalam hubungan kerja adalah tenaga kerja yang melakukan pekerjaan pada setiap bentuk usaha (perusahaan) atau perorangan dengan menerima upah termasuk tenaga kerja yang melakukan pekerjaan diluar hubungan kerja.

Karyawan merupakan kekayaan utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya keikutsertaan mereka, aktifitas perusahaan tidak akan terlaksana. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, system, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Karyawan adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

2.2.5 Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, komunikasi merupakan instrumen penting dalam melaksanakan fungsi manajemen. Komunikasi menjadi instrumen dalam membangun kesepahaman dan saling pengertian antara perusahaan dengan publik. Tanpa komunikasi, maka sebuah aktivitas tidak akan terorganisir. Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dan membangun pengertian dari satu individu ke individu lain.

Komunikasi Organisasi merupakan arus pertukaran informasi dan simbol/makna dari individu ke individu lain ataupun individu ke kelompok dalam suatu organisasi. Komunikasi organisasi merupakan arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Ada tiga sistem komunikasi dalam organisasi. Pertama terkait kerja organisasi seperti tugas-

tugas operasional organisasi; kedua berkaitan dengan manajemen organisasi seperti peraturan, perintah, dan petunjuk; ketiga berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi, seperti hubungan dengan personal maupun stakeholder yang menjadi publik organisasi.

Komunikasi Organisasi memiliki dua perspektif. Pertama, perspektif tradisional (fungsional dan objektif) yang mendefinisikan komunikasi organisasi adalah pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi dalam organisasi tertentu. Kedua, perspektif interpretatif (subjektif) yaitu memaknai proses komunikasi organisasi sebagai sebuah proses penciptaan makna atas interaksi yang terjadi dalam organisasi. Atau dengan kata lain, komunikasi organisasi dalam perspektif ini adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dalam sebuah organisasi seperti bagaimana mereka yang terlibat dalam proses tersebut berinteraksi serta memberi makna atas apa yang sedang terjadi.

Dari penjelasan terkait dengan komunikasi organisasi, maka dapat dipahami bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi baik secara formal maupun informal yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dalam suatu organisasi atau perusahaan dan meminimalisir munculnya perbedaan/ketidaktahuan (*missunderstanding*) dalam memaknai sebuah informasi. Komunikasi dalam organisasi mengandung arti sebagai proses transaksional yang mana seseorang dalam melakukan komunikasi dengan pihak lain terjadi pertukaran simbol dan membentuk suatu makna untuk mencapai tujuan bersama. Juga dapat disimpulkan bahwa satu-satunya cara untuk mengelola aktivitas dalam suatu organisasi adalah melalui proses komunikasi.

Konsep Komunikasi Organisasi

Goldhaber (1993) menjelaskan bahwa Komunikasi Organisasi merupakan proses untuk menciptakan serta saling menukar informasi maupun pesan dalam suatu jaringan yang bergantung antara satu sama lain. Goldhaber menjelaskan pula bahwa komunikasi organisasi memiliki tujuan untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Ia mengemukakan konsep organisasi menjadi tujuh konsep yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Proses

Konsep proses merupakan sistem yang dibutuhkan untuk menciptakan dan saling menukar pesan antar anggota. Hal ini dikarenakan organisasi merupakan sebuah sistem yang terbuka serta dinamis. Konsep ini terjadi secara terus menerus hingga mencapai tujuan dan menciptakan tujuan baru yang dirumuskan oleh organisasi tersebut, oleh karena itu konsep ini disebut sebagai konsep proses (terjadi secara terus menerus).

2. Pesan

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya komunikasi organisasi adalah proses bertukar dan menerima pesan. Oleh karena itu pesan adalah yang penting dalam organisasi. Individu yang hadir dalam organisasi tersebut haruslah memperhatikan bagaimana cara mengirimkan, menerima pesan sehingga pesan

atau informasi tersebut dapat diterima dengan baik oleh individu lain dan tidak menyebabkan kesalah pahaman antar individu.

3. Jaringan

Konsep ketiga merupakan gambaran besar dari organisasi. Organisasi merupakan jaringan di dalamnya ada individu yang membentuk jaringan-jaringan tersebut baik di dalam maupun di luar organisasi. Oleh karena itu setiap jaringan atau individu yang menduduki jabatan tertentu akan menjalankan tugas serta melaksanakan fungsi jabatannya masing-masing dalam organisasi.

1. Keadaan saling bergantung, konsep keempat merupakan sifat organisasi sebagai sistem yang terbuka. Konsep ini dibutuhkan, karena apabila terdapat satu unit maupun bagian organisasi yang tidak berfungsi atau berjalan dengan baik, maka diperlukan individu atau unit lain untuk membantu hak tersebut agar dapat kembali berjalan dengan baik.
2. Hubungan, fungsi kelima ada karena organisasi adalah sistem sosial yang dijalankan oleh banyak individu (dua atau lebih) sehingga organisasi tersebut bergantung pada hubungan antar individu yang ada di dalam maupun di luar organisasi tersebut.
3. Lingkungan, fungsi lingkungan ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu lingkungan internal dan eksternal organisasi yang mempengaruhi keputusan yang diambil di dalamnya.
4. Ketidakpastian, fungsi ini berguna untuk memenuhi kesediaan informasi maupun pesan yang tersedia dan diharapkan dalam organisasi.

Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi organisasi menurut Sendjaja (1994) adalah sebagai berikut.

1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif, fungsi yang pertama ini dijelaskan oleh Sendjaja bahwa organisasi bertindak sebagai suatu sistem yang memproses informasi. Proses informasi yang hadir dalam organisasi tersebut diharapkan mampu memberikan dan menerima informasi dengan baik untuk tercapainya kelancaran dalam organisasi tersebut.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif, fungsi yang kedua komunikasi organisasi diharapkan dapat memperlancar peraturan serta pedoman yang telah ditetapkan oleh anggota dan pemimpin organisasi tersebut.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif, fungsi ketiga merupakan fungsi untuk memberi perintah. Fungsi ini dilakukan oleh pemimpin organisasi untuk mempersuasi anggotanya daripada memerintah anggotanya untuk melakukan sesuatu. Fungsi persuasi dianggap dapat mempermudah, karena cara yang lebih halus (daripada memerintah) akan lebih dihargai oleh anggota tersebut terhadap tugas yang diberikan.

4. Fungsi Integratif

Fungsi integratif, fungsi keempat atau yang terakhir berkaitan dengan penyediaan saluran atau hal-hal yang dapat mempermudah anggota organisasi untuk melakukan dan melaksanakan tugas tertentu dengan baik.

Pola Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam organisasi atau kelompok formal maupun non-formal. Dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi (2001), Jalaluddin Rakhmat berpendapat bahwa setidaknya terdapat 5 Pola Komunikasi Organisasi. Berikut Pola Komunikasi Organisasi tersebut:

1. Roda (wheel)

Pola komunikasi yang dianggap terbaik dibandingkan dengan pola komunikasi lainnya. Fokus dari pola roda ini ada pada seseorang atau pemimpin. Apakah pemimpin tersebut dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok dan tidak ada masalah komunikasi, waktu, dan feedback dari anggota kelompok. Pola roda menjadi pola komunikasi yang menjadikan pemimpin di pusat pola dan langsung mengirim pesan ke seluruh anggotanya. Pesan yang disampaikan dapat sampai di seluruh anggotanya dan anggota hanya dapat berhubungan dengan pemimpinnya. Pola komunikasi ini menghasilkan produk kelompok yang tercepat dan terorganisasi.

2. Rantai (chain)

Pola komunikasi yang memiliki permasalahan yang sama dengan pola komunikasi lingkaran. Pola komunikasi yang berantai dari pemimpin hingga

penerima pesan atau anggota di akhiran. Komunikasi menjalar dari anggota ke anggota lainnya. Dalam pola komunikasi rantai, anggota terakhir yang menerima pesan dari pemimpin sering tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga, pemimpin tidak mengetahui apakah pesannya tersampaikan dengan baik atau tidak. Hal ini karena tidak ada umpan balik yang disampaikan.

3. Pola komunikasi Y

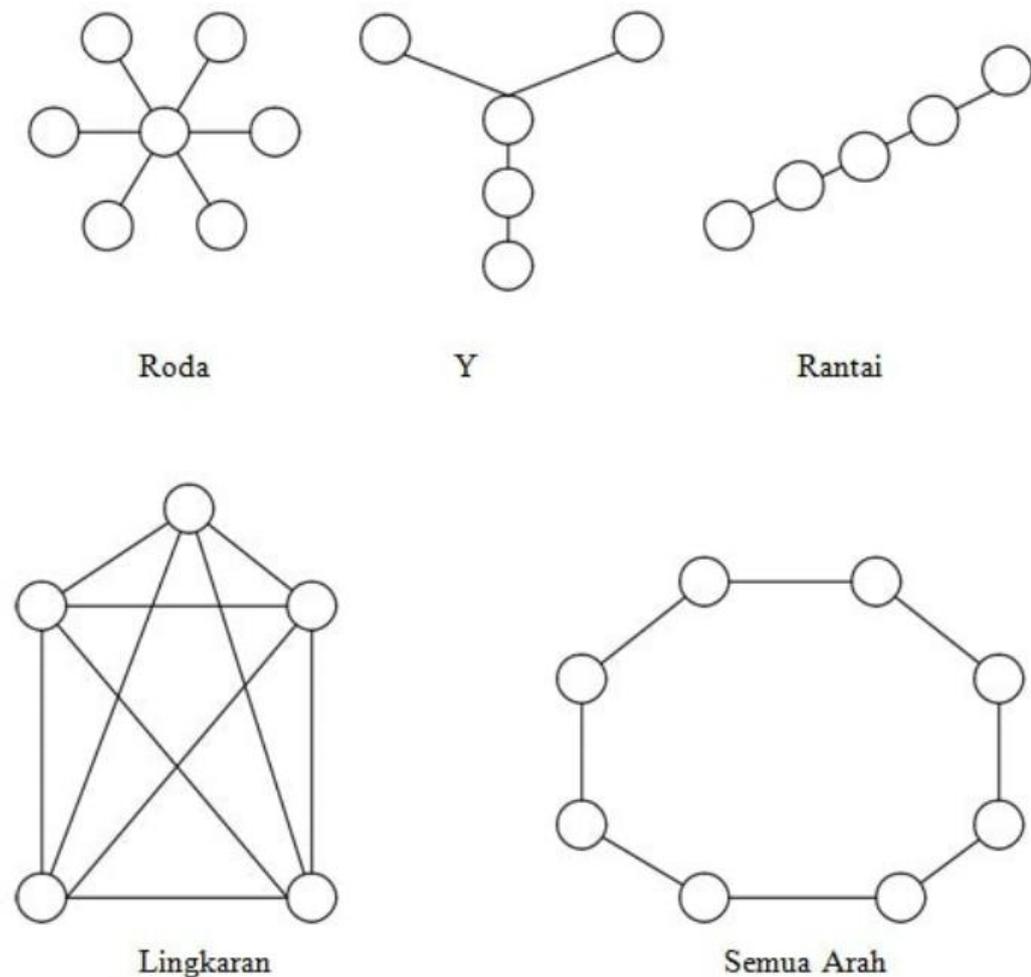
Pola komunikasi Y sangat rumit dan memiliki masalah komunikasi yang sama seperti pola komunikasi lingkaran dan rantai. Pola komunikasi Y diilustrasikan dengan tiga orang atau anggota yang saling berhubungan. Tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang di sampingnya, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang di sampingnya.

4. Lingkaran (circle)

Pola komunikasi yang pengirim atau pemimpin dapat berkomunikasi dengan anggota kelompok lain yang berada dekat dengannya. Anggota dengan anggota lainnya yang bersebelahan saling berhubungan dan semua anggota menerima pesan tersebut. Dalam pola ini, pesan dari pengirim berjalan ke seluruh anggota kelompok dan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai kembali kepada pengirim. Setiap orang hanya berkomunikasi dengan dua orang yaitu, di samping kiri dan kanannya. Dalam pola komunikasi lingkaran tidak ada pemimpin. Pola komunikasi ini dinilai menjadi pola paling lambat dalam memecahkan solusi dan cenderung memunculkan banyak masalah.

5. Bintang (star) atau semua arah

Pola komunikasi yang tidak terpusat pada satu orang pemimpin. Semua anggota saling berhubungan secara langsung satu sama lain walaupun tidak bersebalahan. Pola komunikasi bintang memberikan kepuasan kepada anggota-anggotanya dan paling cepat menyelesaikan tugas jika ada permasalahan.



Gambar 2.4 Pola Komunikasi Organisasi

2.2.6 Komunikasi Virtual

Komunikasi kontemporer sering diidentikan dengan komunikasi virtual. Komunikasi virtual merupakan proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui internet atau *cyberspace*. Komunikasi yang dipahami sebagai virtual reality pada

ruang lingkup alam maya dengan menggunakan internet. Komunikasi kontemporer sebenarnya dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat diskrit.

Internet merupakan media komunikasi yang sering digunakan pada saat ini sebagai menyambung komunikasi dengan berbagai media. (Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer Hakim dan Winda Kustiawan).

Adapun jenis Komunikasi Virtual sebagai berikut:

Berikut ini adalah beberapa jenis komunikasi yang biasanya dilakukan dan digunakan di dunia maya demi membantu kelancaran kegiatan si pengguna. Seperti yang telah diketahui sebelumnya, ketika dunia memasuki era digitalisasi, banyak bagian hidup yang didukung oleh keberadaan sosial media. Baik digunakan untuk marketing dan pemasaran ataupun digunakan sebagai tindakan CRM (*customer relationship management*). Terdapat beberapa model komunikasi virtual saat ini yang kerap digunakan oleh banyak pihak, yaitu :

- 1) *E-mail*. Melalui internet penggunanya dapat menggunakan salah satu fasilitasnya dimana dapat mengirim surat melalui internet yang berbentuk *electronic mail* (e-mail). Email dari mulai ditulis, dikirim, hingga diterima dan dibaca semuanya ditangani dengan cara elektronik.
- 2) *Chatting*. *Chatting* merupakan suatu program untuk para pengguna internet dimana saja untuk tetap bisa mengenal satu sama lain walaupun saling tidak berada dalam satu kota ataupun sedang berbeda lokasi.
- 3) *Website*. *World Wide Web* adalah sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain sebagainya yang dipresentasikan dalam

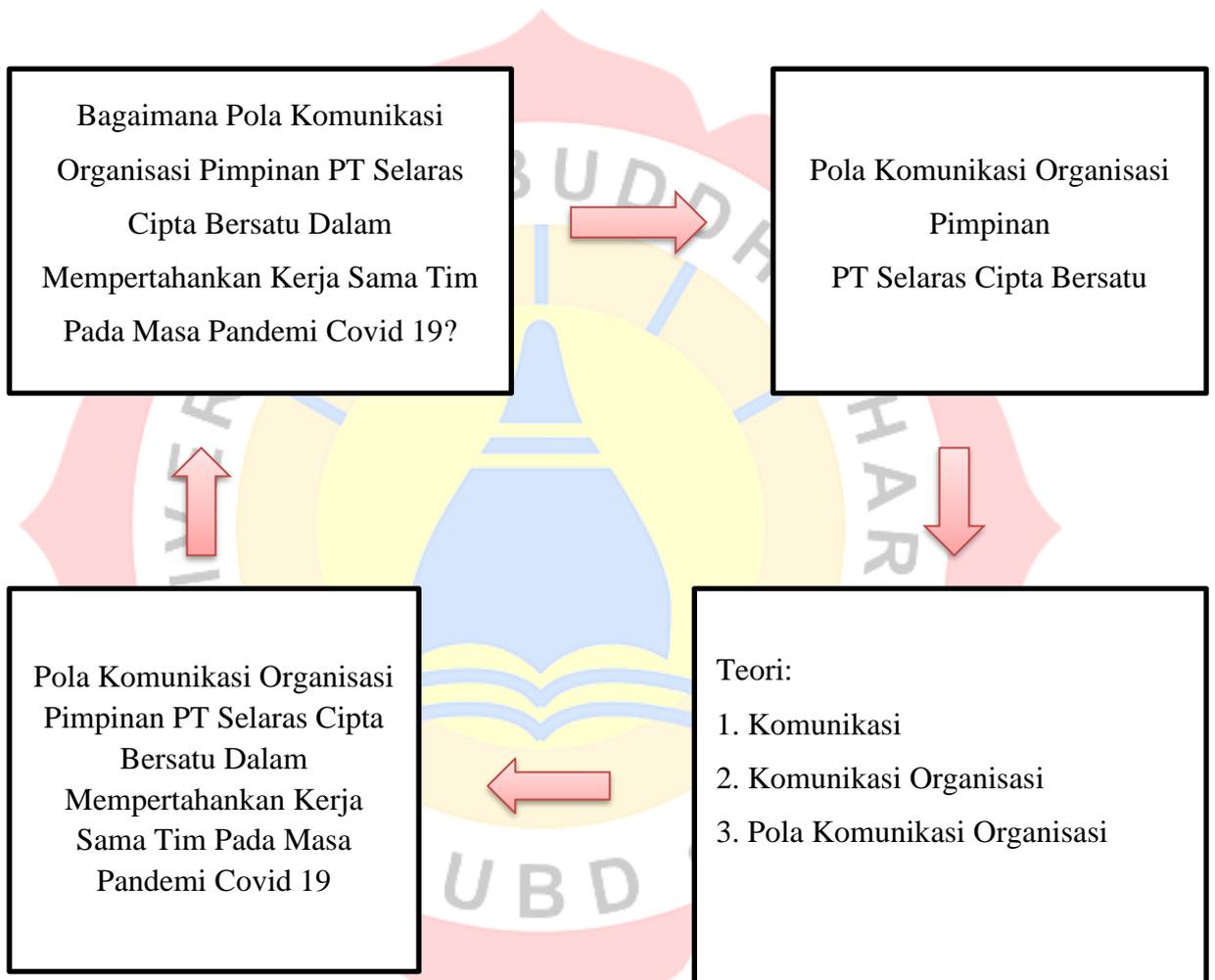
bentuk *hypertext* juga dapat diakses oleh perangkat lunak yang disebut *browser*.

Adapun alat-alat komunikasi kontemporer diantaranya :

- 1) Telepon: telepon merupakan alat komunikasi yang digolongkan modern. Dikarenakan sudah menggunakan teknologi yang cukup canggih. Antar kota, antar negara sudah bisa saling berkomunikasi melalui telepon dengan cepat.
- 2) *Handphone* atau telepon genggam merupakan sebuah terobosan dalam komunikasi masyarakat modern. Di mana orang bisa saling berkomunikasi dimana saja, dengan syarat adanya sinyal yang menghubungkan.
- 3) Komputer, Laptop, Tablet: telah memberikan warna baru bagi dunia telekomunikasi.
- 4) Jaringan Internet: Dengan internet banyak orang bisa berkomunikasi dan saling bertatap muka, walau beda negara atau suatu lokasi tertentu.
- 5) Media Sosial: Media Sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas virtual.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis berdasarkan latar belakang. Penulis membuat alur kerangka berpikir yang dituangkan dalam bagan sebagai berikut:



Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Arti dari paradigma adalah cara pandang sesuatu yang hidup pada diri seseorang dan mempengaruhi orang tersebut menurut pandangan terhadap realitas di sekitarnya. Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori yang dikonstruksi sebagai suatu pandangan yang mendasar dari suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari. Paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, menilai, berpikir dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas.

Sebuah paradigma yang memiliki arti bahwa sebuah paradigma adalah suatu kerangka berpikir mendasar yang dimiliki oleh peneliti yang memiliki pandangan tertentu yang dijadikan sebagai landasan untuk mengungkap suatu fenomena dalam rangka untuk menemukan suatu fakta di lapangan. Dengan demikian Paradigma dijadikan sebagai pedoman awal untuk peneliti dalam mencari sebuah fakta yang melewati berbagai macam kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Dalam melakukan Penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan paradigma Konstruktivisme sebagai dasar untuk memulai penelitian. Ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan

langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan, mengelola memelihara dan menciptakan dunia sosial mereka.

3.2 Pendekatan Penelitian

Tipe pendekatan dalam penelitian ini menggunakan tipe pendekatan deskriptif kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Juga dapat diperoleh dengan observasi selama kurang lebih 4 bulan terhitung dari Maret – Juni 2023. Disini peneliti bertindak sebagai fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian. Selanjutnya peneliti bertindak sebagai aktivis yang ikut memberi makna secara kritis pada realitas yang dikonstruksikan subjek penelitian.

3.3 Metode Penelitian

Metode kualitatif merupakan sebuah langkah awal untuk mengeksplorasi serta memahami sebuah makna yang terkandung dalam perilaku manusia secara individu maupun kelompok. Serta memberikan sebuah gambaran masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Hal ini sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian kualitatif ini, sebagaimana telah dijelaskan tujuan pendekatan kualitatif adalah untuk memberikan gambaran serta memberi ringkasan berbagai bentuk sebuah kondisi, situasi atau fenomena dalam realitas sosial yang berada di lingkungan masyarakat yang telah menjadi objek penelitian, dan berusaha untuk memberikan kesimpulan dari realitas yang ada sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

3.4 Subjek/Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah Team Leader (Manager) sebanyak 1 orang dan para staff dari PT. Selaras Cipta Bersatu yang berjumlah 4 sampai 6 orang.

3.4.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pola komunikasi yang terjadi pada karyawan PT. Selaras Cipta Bersatu selama masa pandemi Covid-19 yang berlangsung secara virtual.

3.5 Definisi Konsep

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis dan memaham hasil penelitian serta mempermudah penulis dalam menentukan perihal wawancara, maka diperlukan definisi konseptual. Adapun definisi konseptual pada penelitian ini adalah: Pola Komunikasi yang dilakukan karyawan merupakan suatu gaya koordinasi yang dilakukan guna memudahkan komunikasi serta bekerja sama untuk mendapatkan tujuan perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini melalui wawancara mendalam pada subjek penelitian yaitu *Team Leader* (Manager) sejumlah 1 orang,

dan para staf dari PT. Selaras Cipta Bersatu, Tangerang, Banten yang berjumlah lima 6 orang. Wawancara dilakukan secara virtual dengan *bantuan Google Meet dan Google Hangout*. Dimana peneliti akan melakukan wawancara tersebut berdasarkan data yang dibutuhkan penelitian ini yaitu kondisi sistem informasi organisasi pada saat sebelum pandemi Covid 19, selama pandemi Covid 19 dan sesudah pandemi Covid 19. Tujuan dari melakukan wawancara bersama *staff* dari PT. Selaras Cipta Bersatu yang berjumlah 6 orang adalah mendapatkan pendapat *staff* PT. Selaras Cipta Bersatu yang terkena imbas dari kondisi pandemi Covid 19 ini yang dimana memaksa semua lapisan perusahaan untuk terbiasa akan tindakan komunikasi secara virtual.

Wawancara ini merupakan wawancara yang dilakukan secara virtual dengan bantuan dari *Google Meet dan Google Hangout* antara peneliti dan narasumber yang tentunya melalui teknik wawancara mendalam. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dapat dikatakan bahwa bentuk wawancara ini adalah wawancara secara langsung, dimana mengikuti jadwal dan ketersediaan dari narasumber. Serta untuk waktu pelaksanaan dari wawancara ini sepenuhnya mengikuti jadwal dari narasumber. Dimana wawancara ini mengutamakan kepercayaan dan kejujuran dari kedua belah pihak dalam berlangsungnya proses wawancara tersebut. Pengumpulan data adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencari data yang dapat digunakan sebagai sumber data pada sebuah penelitian.

Pengumpulan data tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian diantaranya :

3.6.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara secara virtual yang dilakukan dengan bantuan *Google Meet* atau *Google Hangout*.

Durasi dari wawancara tersebut tergantung dari narasumber penelitian ini dan topik dari penelitian itu sendiri. Dalam penelitian dengan topik sistem informasi organisasi selama masa pandemi Covid 19 dengan subjek penelitian adalah PT. Selaras Cipta Bersatu, Tangerang, Banten, peneliti menargetkan waktu dari wawancara tersebut selama satu hingga dua jam cukup untuk satu kali wawancara yang berlangsung. Hal ini dengan tujuan agar dapat membantu narasumber merencanakan dan memberikan jadwal mereka.

Dengan tujuan akhir ialah wawancara ini tidak mengganggu jadwal yang telah dimiliki narasumber, namun juga dengan tujuan agar tidak membuat peneliti kehilangan kesempatan untuk melakukan wawancara. Dalam hal penyimpanan data dan informasi selama wawancara, peneliti akan melakukan berbagai cara. Cara tersebut diantaranya merekam proses wawancara yang berlangsung dengan menggunakan *video record* dan sistem *archived* pada chat. Agar tidak timbul kesalahpahaman dan ketidaknyamanan narasumber, sebelum wawancara tersebut berlangsung maka peneliti akan mengajukan izin terlebih dahulu dan menyampaikan bahwa seluruh informasi dan data yang diberikan akan direkam melalui kedua alat bantu tersebut.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang akan digunakan oleh peneliti untuk melengkapi kebutuhan dari data penelitian ini. Data sekunder dapat diperoleh dengan berbagai cara, salah satunya ialah dengan cara melakukan observasi. Pada penelitian ini, observasi dilakukan sebagai pendukung untuk mendapatkan data dan informasi.

Karena metode pengumpulan data melalui observasi memerlukan syarat-syarat tertentu agar bermanfaat bagi kegiatan penelitian. Secara tidak langsung, kegiatan observasi yang biasanya dilakukan oleh peneliti secara langsung sebelum masa pandemi, tidak dapat dilakukan oleh peneliti ketika penelitian ini sedang berlangsung. Dikarenakan kondisi pandemi ini mengharuskan untuk *social distancing*.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dan di peroleh dari proses penelitian, ada satu hal yang penting yaitu proses analisis data. Pada tahap analisis data, memegang peran penting dalam penelitian kualitatif. Sebagai faktor utama penilaian kualitas penelitian. Dimana berarti kemampuan peneliti memberi makna kepada data yang merupakan kunci benar atau tidak, validitas atau tidak. Perlu diketahui bahwa reliabilitas dan validitas dari data kualitatif adalah terletak pada peneliti sebagai instrumen dari penelitian tersebut. Data yang telah diperoleh oleh peneliti, data yang masih belum terklasifikasi. Maka dari itu peneliti harus mampu untuk menentukan klasifikasi dari data yang telah diperoleh. Setelah di klasifikasikan,

peneliti harus melakukan pemaknaan terhadap suatu data. Pemaknaan tersebut adalah prinsip dasar dari riset kualitatif. Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep).

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Penelitian dilakukan pada PT. Selaras Cipta Bersatu, Jl. Raya Perancis, Tangerang, Banten. Dikarenakan kondisi pandemi Covid 19 ini, maka penelitian sesekali dilakukan secara virtual dengan bantuan Google Meet dan Zoom Meeting.

3.8.2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini yaitu kurang lebih 4 bulan, 1 bulan pengumpulan data, dan 3 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk proposal dan proses bimbingan berlangsung.