

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI RESTAURANT & CAFÉ AL ZEIN

Irawati Wibowo

Iraara72@gmail.com

Mira Herlina

mira.herlina@budiluhur.ac.id

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur**

Abstract

Restaurant & Café Al Zein is an organization engaged in food middle east. This study aims to find out how the organization's communication strategy in improving employee work motivation in Restaurant & Café Al Zein. This Research uses the theory of the five forms of pattern in communication introduced by Joseph A Devito with the pattern of communication pattern that is circle pattern, Y Pattern, chain pattern, wheel pattern and star pattern (all channels). The paradigm of this research using post-positivism, the research approach is qualitative, and the validity of data using triangulation with the source. In the result of these studies proved the theory that researchers use can be useful to help this research resolved. Of the five communication patterns introduced by Joseph A Devito there is one communication pattern used by the organization in providing employee work motivation in Restaurant & Café Al Zein, The Pattern Y where employee work want to send a message must go through the second leader and the second leader must convey to the leader the first.

Keywords: Patterns Of Comunciations, Motivations, Employees.

PENDAHULUAN

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan, akan sangat tergantung dari semangat karyawan yang ada di organisasi tersebut. Namun sering kali didalam operasionalnya organisasi sering mendapatkan permasalahan internal keterkaitan dengan kinerja karyawan yang menurun. Tentunya penurunan kinerja yang terjadi dalam sebuah organisasi akan sangat mempengaruhi produktivitas kerja dari sebuah organisasi.

Komunikasi merupakan interaksi antara satu orang dengan orang lain atau dengan kata lain terjadinya interaksi antara sumber pemberi pesan dan penerima pesan sehingga terjadi

pemahaman atas pesan yang disampaikan. Dalam organisasi mana pun tidak akan mencapai tujuan apabila didalamnya tidak terjadi komunikasi yang baik antara pemimpin dan anggotanya maupun sebaliknya. Hubungan yang harmonis diantara para karyawan disebabkan oleh komunikasi timbal balik yang baik.

Mewujudkan tujuan perusahaan dan menjaga kelangsungan kerja setiap karyawan dituntut siap melakukan perbaikan, perubahan, serta peningkatan dalam bidang pekerjaannya masing-masing. Sehingga salah satu aspek yang paling penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah motivasi karyawan.

Motivasi sangat dibutuhkan bagi setiap karyawan agar mereka terdorong untuk melakukan pekerjaannya bukan hanya sekedar kewajiban yang harus menuntut mereka setiap harinya untuk menyelesaikan pekerjaan, tetapi mereka melakukan pekerjaan tersebut dengan menganggap pekerjaan yang dikerjakan adalah kewajiban yang harus dijalankan sebaik-baiknya.

Motivasi merupakan perbuatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya. Motivasi karyawan yaitu kesediaan karyawan untuk mengerahkan segenap daya dan upaya untuk meningkatkan kemajuan perusahaan.

Al Zein Restaurant & Café memiliki pelanggan yang cukup banyak, baik orang asing maupun pribumi. Salah satunya Raja Salman dan Pangeran Qatar. Dengan banyaknya pelanggan yang mampir ke Al Zein Restaurnt & Café pemimpin mengharuskan karyawan menjadi interaktif dan cekatan, karena sudah terbiasa melakukan komunikasi yang baik dengan pemimpin menjadikan karyawan lebih efektif dalam melayani pelanggan. Al zein memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak.

Perbandingan Karyawan Restaurant & Café Al Zein periode tahun 2016-2018



Gambar 1.1

Perbandingan Karyawan Restaurant & Café Al Zein

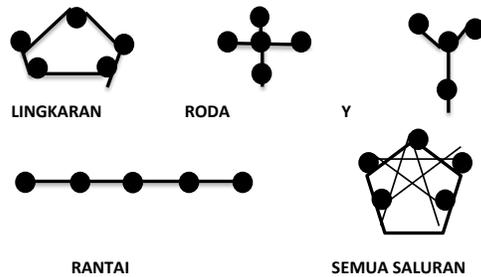
Dalam Pengamatan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat kendala yakni masih terdapat karyawan yang tidak tepat waktu masuk dan keluar restaurant, kurang semangat dalam bekerja, masih ada yang kurang maksimal dalam menjalankan tugas serta kurangnya informasi yang diberikan Maka dari itu masalah tersebut berakibat pada menurunnya motivasi kerja beberapa karyawan. Al Zein Restaurant & Café adalah *Fine Dinning Middle East Restaurant* yang berlokasi di Mall, FX Sudirman Jakarta buka selama 24 jam berkonsep *Arabic*. Al Zein Restaurant & Cafe menyediakan makanan dari *Middle East*, Indonesia dan Internasional. Berikut hasil wawancara awal peneliti dengan Ibu Fina selaku *Marketing Executive* Al Zein Restaurant & Cafe.

Perbandingan Karyawan Restaurant & Café Al Zein



TINJAUAN TEORI

Joseph A Devito dalam bukunya komunikasi Antar manusia membagi pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi ke dalam 5 bentuk pola komunikasi. Berikut adalah pola komunikasi yang dibuat oleh Devito (2011 : 383)



Gambar 2.1 Lima Bentuk Pola Komunikasi

Pola Lingkaran : pola lingkaran tidak memiliki pemimpin. Semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuasaan yang sama untuk mempengaruhi kelompok. Setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain disisinya.

Pola Roda : Pola Roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat, orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.

Pola Y : Pola Y relatif kurang tersentralisasi disbanding dengan pola roda, tetapi lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya. Pada pola Y juga terdapat pemimpin yang jelas (orang ketiga dari bawah).tetapi satu anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua (orang kedua dari bawah). Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga orang lainnya komunikasinya terbatas hanya dengan satu orang saja.

Pola Rantai : pola rantai sama dengan pola lingkaran kecuali bahwa para anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga terdapat disini. Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin dari pada mereka yang berada di posisi lain.

Pola Semua saluran : pola semua saluran atau pola bintang hampir sama dengan pola

lingkaran dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya juga memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.

Dari penjabaran lima bentuk komunikasi di atas, dapat dipahami bahwa tidak semua pola komunikasi dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan. Pola komunikasi dalam sebuah perusahaan menjadi komponen penting karena pola komunikasi mengatur tatanan komunikasi antara atasan dan bawahan sesuai dengan struktur yang ada dalam perusahaan tersebut. Maka dari itu, komunikasi dan cara penyampainnya yang berbeda akan menghasilkan efek komunikasi yang berbeda pula jika diterapkan dalam sebuah perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan social dan perilaku peneliti terhadap ilmu atau teori. Paradigma didefinisikan sebagai suatu pandangan dunia atau model konseptual yang dimiliki oleh anggota masyarakat ilmiah yang menentukan cara mereka meneliti.

Maleong (2013 : 49) mengemukakan bahwa paradigm merupakan “pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian – bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu)”

Salim (2002 : 40) menjelaskan post positivisme merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan – kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realita memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh para peneliti. Selanjutnya dijelaskan secara epistemologis hubungan antar peneliti

tidaklah dipisahkan, tidak seperti diusulkan aliran positivisme.

Dari pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran apabila peneliti berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat dengan objek secara langsung. Oleh karena itu, hubungan antar pengamat dengan objek harus bersifat interaktif dengan catatan bahwa peneliti harus bersifat sentral mungkin, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi secara minimal.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan. Penelitian kualitatif diambil karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh perusahaan dalam memberikan motivasi kerja kepada karyawan Restaurant & Café Al Zein.

Menurut (Kriyantono, 2010 : 69) dalam bukunya menyatakan bahwa jenis riset deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta – fakta dan sifat sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar faktor.

Dengan Metode deskriptif dan pendekatan kualitatif peneliti berpeluang untuk mengamati dan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dan menganalisis dan mendeskripsikan hasil wawancara dengan organisasi dan karyawan. Metode Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, ataupun suatu kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari peneliti deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat – sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Nazir, 2011 : 54)

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder untuk memperkuat hasil penelitian yang telah peneliti lakukan.

Data Primer

1. Observasi lapangan

Observasi lapangan atau pengamatan (*field observation*) adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan panca indera yang dimiliki. Kegiatan observasi merupakan salah satu kegiatan untuk memahami lingkungan. (Kriyantono, 2010: 159)

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan mengamati komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan karyawan .Peneliti sebagai non partisipan hanya mengamati hal-hal yang terjadi di dalam resto tanpa ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh atasan dan karyawan

2. Wawancara mendalam

Menurut Kriyantono (2010: 178) Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam dengan atasan selaku *Key Informan* yang bersifat mendalam dan terarah dengan pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan karyawan di *Restaurant & Café Al- Zein*.

Data Sekunder

Data sekunder adalah “data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder”. Dengan kata lain data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan, data atau informasi yang telah ada sebelumnya bukan secara langsung, misalnya dengan mempelajari sumber bacaan, dokumen perusahaan, surat kabar, majalah dan literature yang berkaitan dengan permasalahan peneliti. (Moleong, 2013:98)

Analisis Data

Langkah-langkah teknik analisis data yang peneliti lakukan yaitu :

1. Mencari dan mengatur secara sistematis, bahan-bahan yang berupa gambar, foto, rekaman suara, dokumen resmi, dan sebagainya yang merupakan hasil penelitian yang peneliti telah untuk membantu peneliti dalam meningkatkan pemahaman dan menjawab rumusan masalah pada permasalahan penelitian ini.
2. Setelah peneliti memperoleh data penelitian, maka data-data tersebut mulai diedit dan disortir sesuai dengan konsep permasalahan dan pembahasan yang akan disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai arah yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan secara vertikal atau horizontal. Pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi organisasi dapat diperoleh dengan mempelajari arah-arah dasar yang tampak dengan bentuknya dalam saluran komunikasi.

Dalam sebuah perusahaan khususnya di dalam restaurant yang pastinya memiliki karyawan yang pasti sangat memerlukan pola komunikasi untuk menjadikan sebuah kelompok menjadi lebih tertata dalam menyampaikan komunikasi sehingga komunikasi yang disampaikan menjadi lebih efektif. Pola komunikasi memiliki lima struktur diantaranya ialah pola lingkaran, pola roda, pola Y, pola rantai, serta pola semua saluran.

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang di lakukan dalam restaurant & café al zein menggunakan pola Y yang memiliki dua pimpinan dalam organisasi pola yang diterapkan sehingga karyawan merasa puas dengan pola yang ada.

Komunikasi dalam organisasi merupakan hal penting dalam sebuah perusahaan karena komunikasi dalam organisasi merupakan suatu proses mengenai pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan terhadap pihak yang terkait dalam perusahaan atau organisasi. Perusahaan atau organisasi adalah pihak yang mempunyai pengaruh besar terhadap perusahaan, salah satunya adalah karyawan, Dalam Organisasi di Restaurant & Café Al Zein, owner merupakan salah satu bagian penting dalam proses bekerja karyawan. Owner sebagai atasan dari karyawan juga menggunakan wewenang penuhnya untuk memberikan informasi atau arahan kepada bawahannya dengan cara melakukan komunikasi yang persuasif agar pesan yang ingin disampaikan owner sampai dan diterima dengan baik oleh karyawan. Komunikasi memiliki lima bentuk pola yang terjadi di dalam organisasi yaitu pola lingkaran dimana dalam pola ini tidak memiliki pemimpin. Semua anggota posisinya sama. Pola roda memiliki pemimpin yang jelas yaitu posisinya di pusat, dan orang yang menjadi pemimpin orang yang satu – satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota, Pola Y dimana karyawan yang ingin

mengirimkan pesan harus melalui pemimpin ke dua dan pemimpin kedua harus menyampaikan kepada pemimpin yang pertama. Pola rantai sama dengan pola lingkaran kecuali para anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Pola semua saluran hampir sama dengan pola lingkaran dimana semua anggota adalah sama dan semuanya juga memiliki kekuatan yang sama untuk memperngaruhi anggota lainnya.

Restaurant & Café Al Zein karyawan yang akan memberikan masukan bisa berkomunikasi dengan supervisor terlebih dahulu, lalu disampaikan kepada owner agar komunikasi dan interaksi kepada bawahannya berjalan dengan lancar.

Peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan oleh owner dan karyawan sesuai dengan pola Y dimana karyawan yang ingin mengirimkan pesan harus melalui pemimpin ke dua dan pemimpin kedua harus menyampaikan kepada pemimpin yang pertama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Restaurant & Café Al Zein, Pola Komunikasi yang terjadi antara owner dan karyawan mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam menjalankan tygasnya. Suksesnya peningkatan motivasi kerja karyawan berdampak positif terhadap peningkatan pendapat yakni muncuknya karyawan yang lebih kompeten dalam melayani pelanggan serta lebih inovatif dalam ruang lingkup kerja.

Berdasarkan Penjabaran mengenai motivasi yang diberikan di dalam organisasi yaitu pola Y dimana karyawan yang ingin mengirimkan pesan harus melalui pemimpin ke dua dan pemimpin kedua harus menyampaikan kepada pemimpin yang pertama.

SARAN

Pola Komunikasi yang sebaik baiknya terus dipertahankan dan diadakan adanya suatu event atau acara untuk hiburan agar tidak terjadi ketegangan dalam bekerja. Selain itu ,peneliti berharap dapat memberikan sumbangan pengetahuan, terutama dalam bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito , Joseph A. 2011 *Komunikasi Antar Manusi* (Edisi ke 5) Jakarta: Kharisma Publishing
- Lexy J Moleong 2004 *Meode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyantono Rachmat 2010, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Premada Media Group
- Nazir, M 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Salim, Agus 2002. *Teori dan Paradigma Penelitian*, Yogyakarta: Tiarawacana