

**Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja
Karyawan
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Resto Mr. Teto, Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Wafda Ahmad

10730040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Wafda Ahmad
Nomor Induk : 10730040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 5 Agustus 2017

Yang Menyatakan,



Wafda Ahmad
NIM. 10730040

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Wafda Ahmad
NIM : 10730040
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**KLASIFIKASI PESAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Resto Mr. Teto, Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

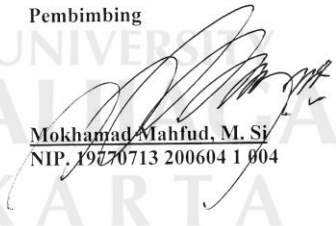
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Agustus 2017

Pembimbing


Mokhammad Mahfud, M. Si
NIP. 19770713 200604 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-274/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2017

Tugas Akhir dengan judul : Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Resto Mr. Teto, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WAFDA AHMAD
Nomor Induk Mahasiswa : 10730040
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Agustus 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Mokhammad Mahfud, S.Sos., M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji II

Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 11 Agustus 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“Seorang pemenang takkan pernah berhenti untuk berusaha dan orang yang berhenti untuk berusaha takkan menjadi seorang pemenang”

Orang yang masih terganggu dengan hinaan dan pujian manusia, dia masih hamba yang amatiran.

KH. Abdurrahman Wahid

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

**Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia untuk menuju kebahagiaan dunia dan akhirat, semoga kita termasuk dari golongan-golongan yang mendapat syafa'atnya nanti di akhir kiamat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Resto Mr. Teto, Yogyakarta). Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Akademik.

5. Bapak Mokhammad Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Rika Lusri Virga, S.IP., M.A selaku Dosen Penguji 1 Skripsi.
7. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A selaku Dosen Penguji 2 Skripsi.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Orang tua saya yang selalu mendoakan dan telah memberikan dukungan berupa moril dan materiil.
10. Staff dan karyawan resto Mr. Teto yang terlibat dalam penelitian skripsi.
11. Seluruh kawan-kawan seperjuangan prodi ilmu komunikasi, terutama buat angkatan 2010.
12. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Amin.

Yogyakarta, 5 Agustus 2017

Penyusun,

Wafda Ahmad

NIM. 10730040

ABSTRACT

Business is a very exciting job to run. Some businesses that will never stop until the end of time are food business, fashion and fun. Because every human will always need it. One example is the food business, everyone will need food intake. But this business is not always run smoothly because a lot of competition on it. Especially in Yogyakarta that has a tight business competition. In order to compete with other companies besides the quality of food sold also must have strong organizational communication and have good employee performance.

This is what makes Mr. Teto did so to compete with other companies in Yogyakarta. But in the application sometimes there are still communication barriers that appear such as misunderstanding in delivering or receiving messages, sometimes also work tasks employees who are not done. So it makes employee performance of Mr. Teto less than the maximum in doing the job.

Therefore, researcher will research the communication messages of organizations implemented by employees during this time to improve employee performance Mr. Teto restaurant, Yogyakarta. This research will refer to the classification of communications messages of organizations that have applied by Mr. Teto to increase the performance of the employees, so able to minimize the barriers of communication and can compete with other food business. This research uses qualitative descriptive method in the form of in-depth interviews to competent resource persons in the field. Mr. Teto has been implementing a good classification of organizational communication messages to improve employee performance. But there are still many points in the implementation has not run optimally. One of them is about employee discipline that is not fully applied. But it does not give so much effect for Mr. Teto in decreasing of employee performance.

Keywords: *business, organization communication , employee performance*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Landasan Teori	10
F. Kerangka Berfikir	30
G. Unit Analisis	31
H. Metode Penelitian	33

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Resto Mr. Teto, Yogyakarta	38
B. Visi Dan Misi Resto Mr. Teto, Yogyakarta	43
C. Mr. Teto Secara Umum	45
1. Kegiatan Promosi	46
2. Customer Management	47
3. Struktur Organisasi	47
4. Jam Operasional Kerja	47

5. Daftar Menu	48
6. Kemitraan Konsep Resto.....	50

BAB III PEMBAHASAN

A. Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi	54
1. Variabel Jaringan Pesan	54
2. Variabel Hubungan	62
3. Variabel Tujuan Dari Pesan	66
4. Variabel Penerima	73
5. Variabel Bahasa.....	75
6. Variabel Metode Difusi.....	76
B. Kinerja Karyawan	78
1. Efektivitas dan Efisiensi.....	78
2. Otoritas dan Tanggung Jawab	80
3. Disiplin.....	82
4. Inisiatif	83

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Kerangka berfikir penelitian	30
---------	--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Progres omzet <i>outlet</i> A.M. Sangaji tahun 2016	5
Gambar 2	: Logo resto Mr. Teto	45
Gambar 3	: Struktur Organisasi Mr. Teto	47
Gambar 4	: Daftar menu resto Mr. Teto.....	48
Gambar 5	: Daftar menu paket hemat resto Mr. teto.....	49
Gambar 6	: Penyampaian informasi kepada ketua <i>outlet</i>	56
Gambar 7	: Rapat antara <i>low</i> ke <i>top</i> manajemen.....	58
Gambar 8	: Ngobrol santai antar karyawan	61
Gambar 9	: Komunikasi kelompok antar karyawan.....	64
Gambar 10	: Sosial media Mr. Teto	65
Gambar 11	: Pesan tugas karyawan	67
Gambar 12	: Form evaluasi <i>training</i>	69
Gambar 13	: Rapat bulanan.....	72
Gambar 14	: Pelayanan terhadap konsumen	75
Gambar 15	: Jobdes yang tertulis	77
Gambar 16	: <i>Reward</i> keefektifan dan keefisien kerja karyawan.....	80
Gambar 17	: Kreasi laporan yang dibuat karyawan	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai manusia sejatinya diciptakan tidak hanya sendiri-sendiri. Setiap manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang saling ketergantungan. Sebagai makhluk sosial juga tentunya membutuhkan komunikasi yang berkesinambungan dengan makhluk sosial lainnya. Ketika manusia sudah menginginkan untuk menjalin hubungan dengan antar manusia lainnya. Tentunya secara tidak sengaja kita akan masuk dalam sebuah organisasi.

Setiap organisasi terdapat individu maupun kelompok yang berbeda-beda. Untuk dapat saling berhubungan dengan satu sama lainnya tentunya kita membutuhkan komunikasi yang disebut juga dengan komunikasi organisasi. Sebelum itu komunikasi terdapat dua jenis komunikasi yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal yaitu komunikasi yang menggunakan dengan lisan maupun tulisan, sedangkan komunikasi nonverbal biasanya menggunakan komunikasi isyarat, gerak tubuh tanpa menggunakan kata-kata.

Komunikasi organisasi dalam kenyataannya sering menggunakan komunikasi verbal karena lebih mudah untuk dipahami. Dalam komunikasi organisasi verbal memiliki beberapa klasifikasi pesan

komunikasi organisasi dalam menyampaikan pesan, sehingga sangatlah penting dalam kegiatan berorganisasi setiap individu maupun kelompok untuk membutuhkan komunikasi yang efektif dan mudah dipahami.

Setiap kegiatan organisasi yang telah dijalankan tentunya mempunyai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut pastinya membutuhkan proses maupun strategi dalam organisasi. Sebelum mencapai tujuan yang diinginkan, setiap individu maupun kelompok harus memahami terlebih dahulu tujuan yang akan dicapai. Karena sebelum memahami dulu tujuannya, tentunya tidak akan berlanjut pada kegiatan organisasi.

Komunikasi dalam berorganisasi sangatlah penting karena dari komunikasi dapat membangun dan menciptakan sebuah tujuan secara bersama-sama. Keberhasilan untuk mencapai tujuan tersebut tergantung kepada keandalan dan kemampuan karyawan melakukan pekerjaan dalam perusahaan tersebut. Manusia sebagai salah satu unsur pengendali dalam organisasi maka manusia memiliki peranan penting dalam menciptakan organisasi. Peranan yang penting dalam hal ini adalah ketika dalam organisasi tersebut menciptakan pesan komunikasi organisasi yang efektif dan mudah dimengerti.

Sesuai yang tercantum dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa': 63, yang mengenai *qaulan baligha* yaitu komunikasi yang efektif dan mudah dimengerti;

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ
وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya:

” Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka” (Surah An-Nisa’ : 63).

Tafsir ayat tersebut dalam Tafsir Quraish Shihab menjelaskan, orang-orang yang bersumpah bahwa mereka hanya menginginkan kebaikan dan petunjuk itu, Allah mengetahui kebohongan serta hakikat yang ada di dalam hati mereka. Oleh karena itu, jangan hiraukan ucapan mereka dan ajaklah mereka kepada kebenaran dengan nasihat yang baik. Katakan kepada mereka kata-kata yang bijak dan penuh arti, hingga merasuk ke dalam kalbu mereka (<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-63#tafsir-quraish-shihab>, diakses pada 23 Mei 2017).

Jadi kaitannya pada pesan komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan sangatlah penting karena dengan pesan komunikasi organisasi yang efektif dan mudah dimengerti dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Mengenai meningkatkan kinerja karyawan dalam perusahaan merupakan salah satu tujuan utama dari sebuah perusahaan. Salah satu unsur yang dapat menciptakan tujuan dari perusahaan seperti yang telah

dipaparkan diatas adalah dengan menerapkan pesan komunikasi organisasi yang efektif dan mudah dimengerti.

Seperti yang diterapkan oleh salah satu rumah makan yang terkenal di Yogyakarta yaitu resto Mr. Teto (Madura sate & soto) produk yang dijual adalah sate dan soto. Yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian karena awal dari resto Mr. Teto berdiri yaitu dimulai dari sang *owner* Mr. Teto yang berjualan sate dalam bungkus yang sederhana. Yang diujakan kepada teman-teman kampus karena pada saat itu sang *owner* masih duduk dibangku perkuliahan.

Modal tidak menjadi kendala untuk mengembangkan sebuah bisnis. Kemauan, ketekunan, dan niat yang kuat menjadi modal utama bagi Junaidi dalam mengembangkan bisnis kuliner di Yogyakarta.

Pria asal Madura ini menceritakan, pada awal ke Yogyakarta bersama istri dan anaknya, hanya memegang uang Rp30 ribu. Dalam kondisi tersebut, dia harus memutar otak agar duit sebesar itu dapat menghasilkan keuntungan untuk menyambung hidup di kota gudeg ini.

Kini, dia memiliki resto Mr Teto (Madura Sate dan Soto) dengan omzet hingga ratusan juta rupiah per bulan. "Omzet saya per hari rata-rata Rp10 juta atau sekitar Rp300 juta per bulan. Sekarang sudah punya dua tempat. Ini satu-satunya sate yang bisa delivery" katanya kepada **Sindonews**. (<https://ekbis.sindonews.com/read/934964/36/modal-rp30-ribu-omzet-mr-teto-rp300-jutabulan-1418107870/>, diakses pada 1 Juli 2017).

Setelah berjalan beberapa tahun dan produksinya mulai berkembang sang *owner* lalu mulai berani membuka rumah makan sendiri. Awal mulai berdirinya resto Mr. Teto di Yogyakarta yaitu pada tahun 2012 dan selama 5 tahun sampai sekarang ditahun 2017 resto Mr. Teto sudah memiliki 5 *outlet* resto.

Pesan komunikasi organisasi yang diterapkan pada resto Mr. Teto tidak sepenuhnya berjalan sesuai dengan rencana awal perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Tentunya resto Mr. Teto tujuan tiap bulan mungkin bahkan setiap hari dari perusahaan adalah bagaimana kinerja karyawannya selalu meningkat guna mencapai target perusahaan.

Gambar 1

Progres omzet *outlet* A.M. Sangaji tahun 2016

	A	B	C	D	E	F	G
1	TARGET DAN REALISASI OMSET MR. TETO 4 (AM. SANGAJI) 2016						
2							
3	OMSET	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	
4	Target	155.000.000	140.000.000	155.000.000	150.000.000	140.000.000	
5	Realisasi	69.121.300	62.295.400	99.823.900	90.912.700	95.727.300	
6							
7							
8							

Sumber : Direktur HRD Mr. Teto

Gambar tabel di atas menunjukkan selama lima bulan pada tahun 2016 target omzet penjualan tidak berjalan dengan baik dan sesuai rencana perusahaan, mulai dari sini pihak internal resto Mr. Teto dapat melihat kinerja karyawannya. Sehingga dari *top* manajemen langsung bertindak untuk mencari faktor apa sajakah yang menjadikan omzet penjualan

produk tidak sesuai dengan target yang ingin dicapai perusahaan. Tidak hanya dengan mengamati dari pendapatan saja. Selain itu juga bagaimana cara dapat mempertahankan persaingan bisnis terutama bisnis kuliner, persaingan bisnis kuliner di Yogyakarta sangat begitu ketat. Masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pihak internal perusahaan.

Kenyataannya masih ada beberapa permasalahan yang muncul salah satunya adalah sering terjadinya miskomunikasi antar karyawan seperti contoh Mr. Teto Pusat Perintis tidak boleh melayani order pengiriman jam 5 sore keatas, namun terkadang dari pihak karyawan masih melayaninya. Karena terkadang sering menggunakan komunikasi tulisan lewat *handphone* berupa *WhatsApp Group* sehingga sering terjadi kesalahpahaman. Terkadang target penjualan tidak sesuai dengan target dari perusahaan, karena dari pihak karyawan *outlet* tidak aktif dalam berkomunikasi dengan karyawan atasan. Karena karyawan Mr. Teto kebanyakan masih anak muda terkadang mereka melakukan pekerjaannya tidak sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) perusahaan biasanya karena karyawan malu untuk selalu bertanya. Ada juga beberapa karyawan yang sifatnya disuruh terlebih dahulu baru dikerjakan artinya tidak bisa membaca situasi dilapangan.

Apabila ada karyawan melakukan kesalahan dalam pekerjaan biasanya pihak dari atasan atau direktur memberikan teguran secara lisan maupun tulisan tetapi jika karyawan masih melakukan kesalahan langkah selanjutnya yaitu dimutasi ke divisi lain sampai dengan pemecatan.

Resto Mr. Teto juga menjunjung tinggi budaya perusahaan yang religius atau islami karena semua karyawan harus beragama Islam. Dalam kegiatan komunikasi organisasi yang religius ini biasanya diadakan tadarusan bersama karyawan, melakukan sholat sunnah maupun ceramah. Sehingga para karyawan dapat menanamkan jiwa islami pada dirinya.

Tetapi terkadang juga masih ada kasus lain yang muncul, seperti ada karyawan perempuan yang sering pulang larut malam sehingga menimbulkan persepsi yang tidak baik terhadap karyawan lainnya. Dari atasan langsung memberikan surat peringatan tapi karena kejadiannya diulang terus menerus sehingga dikasih surat peringatan ketiga, karena dengan teguran lisan maupun tulisan tidak dapat memberikan jera. Maka dari pihak atasan langsung melakukan diskusi untuk memberikan surat pemecatan, supaya dapat memberikan pelajaran pada karyawan lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti ingin melakukan penelitian tentang klasifikasi pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan resto Mr. Teto.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana klasifikasi pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan resto Mr. Teto, Yogyakarta?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, bagaimana klasifikasi pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan resto Mr. Teto, Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian dapat dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut pada penelitian selanjutnya, serta diharapkan dapat memberikan manfaat bidang disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya berkaitan dengan komunikasi organisasi verbal dalam organisasi tau perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi pihak perusahaan, sebagai bahan masukan dan penambahan wawasan bagi pihak resto Mr. Teto terhadap klasifikasi pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan resto Mr. Teto.

2) Bagi pihak umum, semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian sejenis atau penelitian lanjutan.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menunjang penelitian ini peneliti melakukan observasi terlebih dahulu dari beberapa literatur penelitian yang dihasilkan sebelumnya. Harapannya supaya tidak ada kesamaan atau pengulangan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun rujukan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian oleh Kiswono (2009) Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta mengenai *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pada Pegawai Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Hasil dari penelitian ini adalah hasil dari pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai. Persamaan dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan yang menjadi tujuan. Cuman yang membedakan adalah penelitian yang dilakukan penulis berangkat dari komunikasi organisasi dan bagaimana klasifikasi pesan yang digunakan terhadap karyawan sedangkan penelitian yang dilakukan langsung kepada budaya organisasi dan pengaruhnya terhadap karyawan.
2. Berdasarkan penelitian oleh Budi Santoso (2008) Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta mengenai *Implementasi Komunikasi Organisasi Internal Di Redaksi Majalah Fahma Yogyakarta (Ditinjau Dari Aliran Informasi dalam Organisasi)*. Hasil

dari penelitian ini adalah menekankan permasalahan pada komunikasi internal di redaksi majalah Fahma Yogyakarta. Persamaan dalam penelitian ini adalah mengenai komunikasi organisasi namun terlihat jelas yang membedakan penelitian ini menekankan bagaimana aliran komunikasi tetapi sang penulis menekankan pada klasifikasi pesan komunikasi organisasi yang dipakai pada karyawan, yang membedakan lainnya penulis memiliki tujuan yaitu dalam meningkatkan kinerja karyawan.

3. Berdasarkan penelitian oleh Lusiana (2016) Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung mengenai *Penerapan Komunikasi Organisasi Dalam Mensosialisasikan Budaya Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro Blitar*. Hasil dari penelitian ini adalah sama-sama meningkatkan kinerja karyawan sebagai tujuan. Namun yang membedakan penelitian berangkat dari sosialisasi budaya organisasi namun sang penulis mulai dari klasifikasi pesan komunikasi organisasi yang disampaikan kepada karyawan.

E. Landasan Teori

1. Komunikasi

Istilah “komunikasi” dalam bahasa inggris “*communication*” berasal dari bahasa latin “*communicatus*” atau “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”.

Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan (Riswandi, 2009: 1).

Menurut Carl I. Hovland dalam (Effendy, 1999: 10-11), ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Kemudian untuk memahami pengertian komunikasi yang lain, Harold D. Laswell dalam karyanya *The Structure And Function Of Communication Society* mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah *Who, Says What, In Which Channel, to Whom*, dan *What Effect*. Komponen komunikasi yang berkorelasi secara fungsional pada paradigma Laswell itu merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media yang menimbulkan efek, Effendy dalam (Ruliana, 2014: 2-3).

2. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut (Suyomukti, 2010: 58), proses komunikasi setidaknya ada empat unsur yaitu:

a. Pengirim pesan: Komunikator

Pengirim pesan adalah manusia yang memulai proses komunikasi, disebut “komunikator”. Komunikator ketika

mengirimkan pesan tentunya memiliki motif dan tujuan, yang sering disebut “motif komunikasi”. Ada yang menyebut pengirim pesan atau komunikator dengan istilah “pengirim” saja atau disebut juga “sumber”. Sebagian pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebutnya sebagai *encoder*. Istilah “*encoder*” identik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi. “*encoding*” adalah proses penyandian, yang disandikan adalah pesan.

b. Penerima pesan: Komunikan

Penerima pesan adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Ada ahli lain yang menyebutkan penerima pesan sebagai “*decoder*”. Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antarpribadi, peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis dapat saling berganti.

c. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang bersifat abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, ia menjadi konkrit karena disampaikan dalam bentuk simbol/ lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (*audio*), gambar (*visual*), *mimic*, gerak-gerik dan lain sebagainya.

d. Saluran komunikasi dan media komunikasi

Agar pesan yang disampaikan komunikator sampai kepada komunikan, dibutuhkan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi lebih identik dengan alat (benda) untuk menyampaikan. Jadi, saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi.

Saluran komunikasi dapat berjalan baik ada media atau tidak. Komunikasi bisa terjadi tanpa media atau *non mediated communication* yang berlangsung tatap muka atau *vis-à-vis* (*face to face*), tatap muka. Aktivitas komunikasi tatap muka ini bentunya bermacam-macam, mulai dari perbincangan, wawancara, konseling, rapat, seminar, lokakarya, hingga pameran tempat target komunikan (calon konsumen) dapat berbincang langsung tatap muka dengan wakil dari perusahaan guna membicarakan produk yang dipamerkan.

Komunikasi juga berjalan dengan bantuan sarana berupa media, yang disebut media komunikasi. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesannya agar sampai ke komunikan.

Media komunikasi berupa teknologi dilihat dari jumlah target komunikannya dapat dibedakan menjadi dua jenis:

1) Media massa adalah media yang berkaitan dengan penyampaian pesan. Pesan tersebut berhubungan dengan orang banyak yang membutuhkan pesan dan informasi yang berhubungan apa yang terjadi pada sedikit orang diantara orang banyak tersebut. Jika dilihat dari waktu terbitnya, media massa dapat dibedakan atas media massa periodik dan media massa nonperiodik.

2) Bukan media massa

Dilihat dari sifatnya, non media massa dapat dibedakan menjadi dua:

a) Media manusia

Manusia sebagai penyampai pesan karena pesan tidak bisa dilakukan secara tatap muka sehingga dikirimlah manusia sebagai media penyampai pesan.

b) Media benda

Yang dapat dibedakan atas elektronik (telepon, *faksmile*) dan nonelektronik (surat).

e. Efek komunikasi

Efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya.

3. Komunikasi Organisasi

Menurut persepsi Redding dan Sanborn dalam (Muhammad, 2005: 65), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Meliputi: komunikasi internal,

hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Weick (dalam Pace dan Faules, 2013: 78-79), menyatakan bahwa kata organisasi adalah kata benda, kata ini juga merupakan suatu mitos. Bila mencari kata organisasi pasti yang ditemukan adalah sejumlah peristiwa yang terjalin bersama-sama, yang berlangsung dalam kawasan nyata, urutan-urutan peristiwa tersebut, jalur-jalurnya, dan pengaturan temponya, merupakan bentuk-bentuk yang sering kali kita nyatakan secara tidak tepat bila kita membicarakan organisasi. Fokusnya jelas proses pengorganisasian menghasilkan apa yang dinamakan organisasi. Organisasi adalah suatu sistem yang menyesuaikan dan menopang dirinya dengan mengurangi ketidakpastian yang dihadapinya.

Goldhaber dalam (Muhammad, 2009: 67), menjelaskan komunikasi organisasi adalah proses saling menukar pesan dalam satu hubungan jaringan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah. Dalam definisi Goldhaber mengandung tujuh konsep kunci dari komunikasi

organisasi, konsep kunci tersebut antara lain: Proses, Pesan, Jaringan, Saling Tergantung, Hubungan, Lingkungan, dan Ketidakpastian.

Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi (Pace dan Faules, 2013: 34).

Komunikasi tidak selamanya berjalan dengan lancar. Banyak sekali terdapat kesalahan-kesalahan penyampaian, penerimaan, bahkan kesalahan ketika harus mengartikan pesan atau informasi yang diterima. Menurut (Effendy, 2008: 11) dalam organisasi tidak luput dari kesalahan-kesalahan yang dapat menghambat jalannya proses komunikasi, diantaranya adalah:

1. Hambatan Sosio-Antro-Psikologis

- a. Hambatan Sosiologis: merupakan hambatan yang terjadi karena adanya perbedaan golongan dan lapisan, yang menyebabkan adanya perbedaan status sosial, ideologi, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan, dan sebagainya.
- b. Hambatan Antropologis: hambatan komunikasi yang terjadi akibat adanya perbedaan postur, warna kulit, dan kebudayaan, gaya hidup, norma, kebiasaan, dan bahasa.
- c. Hambatan Psikologis: komunikasi yang terhambat karena komunikasi sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati dan adanya prasangka pada komunikator.

2. Hambatan Semantik

Hambatan ini ditimbulkan oleh komunikator. Kadang terjadi karena salah ucap dalam menyalurkan pikiran dan perasaan, sehingga timbul salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*), yang akhirnya menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*)

3. Hambatan Mekanis

Hambatan yang terjadi pada media yang digunakan untuk berkomunikasi. Contoh: Suara telepon tidak jelas, ketikan huruf yang buram pada surat, suara yang hilang dan muncul pada saluran radio.

4. Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi

Klasifikasi pesan komunikasi organisasi merupakan cara untuk mengetahui proses, hubungan, pola, karakteristik, maupun tingkah laku pesan komunikasi yang akan disampaikan di dalam organisasi atau perusahaan. Pengklasifikasian pesan komunikasi organisasi ini dalam penerapannya menggunakan komunikasi verbal dan non verbal. Tapi dalam penerapannya yang sering muncul adalah komunikasi verbal.

Komunikasi verbal bentuk yang paling umum digunakan dalam organisasi dan perusahaan. Oleh karena itu penting bagi seorang manajer sekaligus karyawan untuk mengetahui lebih banyak mengenai komunikasi tersebut.

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan (Muhammad, 2009: 95).

Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus dari manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata. Kata-kata dapat menjadikan individu dapat menyatakan ide yang lengkap secara komprehensif dan tepat. Kemampuan menggunakan komunikasi verbal secara efektif adalah penting bagi administrator dan manajer. Dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan.

Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bisa dibaca, kemudian dikirimkan pada karyawan yang dimaksudkan (Muhammad, 2009: 96)

Teori yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi organisasi adalah teori hubungan antar manusia yang diperkenalkan oleh Elton Mayo (Pace dan Faules, 2001: 59-60). Menurut Mayo, moral dan

produktivitas dapat meningkat berkat adanya kesempatan untuk berinteraksi dengan anggota lain salah satunya dengan kegiatan komunikasi organisasi yang di terapkan dalam organisasi.

Menurut Arni Muhammad (2009: 97), menyatakan untuk mempelajari tingkah laku pesan dalam suatu organisasi dapat dilihat dari pengklasifikasian pesan komunikasi organisasi, yaitu:

a. Variabel jaringan pesan

1) Jaringan komunikasi formal

Bila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Ada tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti garis komunikasi seperti yang digambarkan dalam struktur organisasi yaitu:

a) Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pemimpin kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Komunikasi ke bawah ini memiliki beberapa tipe yaitu:

(1) Intruksi tugas adalah pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan

dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.

Intruksi yang lebih umum biasanya digunakan bagi tugas yang kompleks, di mana karyawan diharapkan mempergunakan pertimbangannya, keterampilan dan pengalamannya.

(2) Rasional pekerjaan adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi.

(3) Pesan ideologi, mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas moral dan motivasi.

(4) Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik dan peraturan organisasi.

(5) Balikan pesan, maksudnya pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya.

b) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas. Tujuan dari komunikasi ini

adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan.

Komunikasi ke atas mengatakan bahwa *supervisor* dan pimpinan haruslah mendapatkan informasi dari bawahannya mengenai hal-hal berikut:

- (1) Apa yang dilakukan bawahan, pekerjaannya, hasil yang dicapainya, kemajuan mereka dan rencana kedepannya.
- (2) Menjelaskan masalah-masalah pekerjaan yang tidak terpecahkan yang mungkin memerlukan bantuan
- (3) Menawarkan saran-saran atau ide-ide bagi penyempurnaan unitnya masing-masing
- (4) Menyatakan bagaimana pikiran dan perasaan mereka mengenai pekerjaannya.

c) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberikan informasi

Komunikasi horizontal memiliki tujuan komunikasi sebagai berikut:

- (1) Mengkoordinasikan tugas-tugas melalui rapat internal yang dipimpin oleh setiap kepala bagian masing-masing.
- (2) Saling membagi informasi untuk perencanaan dan aktivitas-aktivitas.
- (3) Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berada dalam tingkatan yang sama.
- (4) Menyelesaikan konflik di antara anggota yang ada dalam bagian organisasi dan juga antar bagian dengan bagian lainnya.
- (5) Menjamin pemahaman yang sama.
- (6) Membangun sokongan interpersonal, dengan melakukan hubungan interpersonal akan memperkuat hubungan sesama karyawan

2) Jaringan komunikasi informal

Bila karyawan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi mereka dalam organisasi, maka pengarahan arus informasi bersifat pribadi. Informasi ini mengalir ke atas ke bawah atau secara horizontal tanpa memperhatikan hubungan posisi, walaupun ada mungkin sedikit. Karena komunikasi informal ini menyebabkan

informasi pribadi muncul dari interaksi di antara orang-orang dan mengalir keseluruhan organisasi tanpa dapat diperkirakan.

b. Variabel hubungan

Hubungan antara komunikator dengan komunikan yang melakukan komunikasi melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator kemudian diterima oleh komunikan. Pesan yang disampaikan disini bisa dilakukan antara dua orang, komunikasi kelompok dan komunikasi publik.

c. Variabel tujuan dari pesan

Komunikasi yang disampaikan mempunyai tujuan tertentu seperti untuk memberi tugas, komunikasi pemeliharaan, maupun komunikasi untuk pembaruan.

1) Pesan tugas

Pesan tugas ini maksudnya adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas-tugas organisasi oleh anggota organisasi. Pesan ini mencakup pemberian informasi kepada karyawan untuk melakukan tugas secara efisien.

2) Pesan pemeliharaan

Pesan pemeliharaan adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi. Pesan ini mencakup perintah, ketentuan, prosedur, aturan dan kontrol

yang diperlukan untuk mempermudah organisasi untuk mencapai *output* sistem.

3) Pesan kemanusiaan

Pesan kemanusiaan langsung diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka, kepuasan dan pemenuhan kebutuhan mereka. Pesan ini biasanya mengenai hasil yang dicapai oleh karyawan sampai penyelesaian konflik antara individu atau kelompok.

4) Pesan pembaruan

Pesan pembaruan menjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Suatu organisasi membuat rencana-rencana baru, aktivitas-aktivitas baru dan program-program baru. Biasanya pesan ini disampaikan pada waktu pertemuan, pembuatan rencana dan waktu rapat dengan anggota organisasi.

d. Variabel penerima

Penerima disini diklasifikasikan menjadi dua yaitu penerima pesan yang berupa komunikasi internal dan eksternal.

1) Komunikasi internal

Pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau organisasi guna

terwujudnya tujuan perusahaan dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan itu berlangsung secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan yang menyebabkan pekerjaan (operasi dan manajemen) berlangsung (Ruliana, 2014: 94).

2) Komunikasi eksternal

Semua cara yang dilakukan oleh organisasi untuk berkomunikasi dengan khalayak yang dijadikan sasaran organisasi. Tujuannya untuk menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara organisasi dengan khalayak (Ruliana, 2014: 108).

e. Variabel bahasa

Bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia (Keraf, 2004: 1).

Jika dilihat dari perkembangan pertumbuhan bahasa sejak awal hingga sekarang, maka fungsi bahasa dapat diturunkan dari dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu sendiri. Dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu dalam garis besarnya dapat berupa :

1) Untuk menyatakan ekspresi diri.

Sebagai alat untuk menyatakan ekspresi diri, bahasa menyatakan secara terbuka segala sesuatu yang tersirat

di dalam dada kita, sekurang-kurangnya untuk memaklumkan keberadaan kita.

2) Sebagai alat komunikasi.

Sebagai alat komunikasi, bahasa merupakan saluran perumusan maksud kita, melahirkan perasaan kita dan memungkinkan kita menciptakan kerja sama.

3) Sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial.

Melalui bahasa seseorang anggota masyarakat perlahan-lahan belajar mengenal segala adat istiadat, tingkah laku, dan tata-krama masyarakat. Ia mencoba menyesuaikan dirinya/ beradaptasi dengan semuanya melalui bahasa.

4) Sebagai alat untuk mengadakan kontrol sosial.

Yang dimaksud dengan kontrol sosial adalah usaha untuk mempengaruhi tingkah laku dan tindak-tanduk orang-orang lain. Tingkah laku itu dapat bersifat terbuka (*overt*: yaitu tingkah laku yang diamati atau diobservasi), maupun yang bersifat tertutup (*covert*: yaitu tingkah laku yang tak dapat diobservasi).

f. Variabel metode difusi

Komunikasi yang menggunakan lisan dan tulisan dalam penyampaian komunikasi. Komunikasi tersebut biasanya

menggunakan saluran dalam menyampaikan pesan. Saluran tersebut biasanya berupa alat komunikasi perangkat keras atau perangkat elektronik dan perangkat lunak yang bukan merupakan perangkat elektronik seperti papan pengumuman, tulisan yang tercetak atau tulisan yang tertempel.

5. Kinerja Karyawan

Secara konseptual kinerja pada dasarnya dapat dilihat dari dua segi, yaitu kinerja pegawai secara individu dan kinerja organisasi. Kinerja pegawai adalah hasil kerja perseorangan dalam organisasi. Sedangkan kinerja organisasi adalah totalitas hasil kerja yang telah dicapai oleh suatu organisasi. Kinerja pegawai dan kinerja organisasi mempunyai keterkaitan erat. Tercapainya tujuan organisasi tidak dapat dilepaskan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi yang digunakan atau dijalankan oleh pegawai yang berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya mencapai tujuan organisasi tersebut (Nawawi Uha, 2013: 212).

Menurut Gibson (dalam Nawawi Uha, 2013 : 213), bahwa kinerja seseorang ditentukan oleh kemampuan dan motivasinya untuk melaksanakan pekerjaan. Selanjutnya dikatakan pelaksanaan pekerjaan ditentukan oleh interaksi kemampuan dan motivasi.

Unsur-unsur yang terdapat dalam kinerja terdiri dari:

- 1) Hasil-hasil fungsi pekerjaan.

- 2) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karya pegawai seperti kemampuan motivasi, kecakapan, dan persepsi peranan.
- 3) Pencapaian tujuan organisasi.
- 4) Periode waktu tertentu.
- 5) Tidak melanggar hukum.
- 6) Sesuai dengan moral dan etika.

Berdasarkan hal-hal sebagaimana tersebut, kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/ kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu (Nawawi Uha, 2013: 213-214).

Perusahaan sebagai suatu organisasi mempunyai tujuan yakni memperoleh keuntungan, karena keuntungan merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Demi untuk tercapainya tujuan tersebut dengan baik maka perusahaan mempunyai kewajiban untuk mendorong karyawannya untuk meningkatkan kinerja. Prawirosentono dalam (Sutrisno, 2010: 176), faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

a. Efektivitas dan Efisiensi

Dapat dikatakan efektif bila mencapai tujuan, dikatakan efisien bila hal itu memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan, terlepas efektif atau tidak.

b. Otoritas dan Tanggung Jawab

Dalam organisasi yang baik wewenang dan tanggung jawab telah didelegasikan dengan baik, tanpa adanya tumpang-tindih tugas. Setiap karyawan sudah mengetahui apa yang menjadi haknya dan tanggung jawabnya dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

c. Disiplin

Disiplin meliputi ketaatan dan hormat terhadap perjanjian yang dibuat antara perusahaan dan karyawan. Disiplin juga berkaitan erat dengan sanksi yang perlu dijatuhkan kepada pihak yang melanggar.

d. Inisiatif

Inisiatif seseorang berkaitan dengan daya pikir, kreativitas dalam bentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.

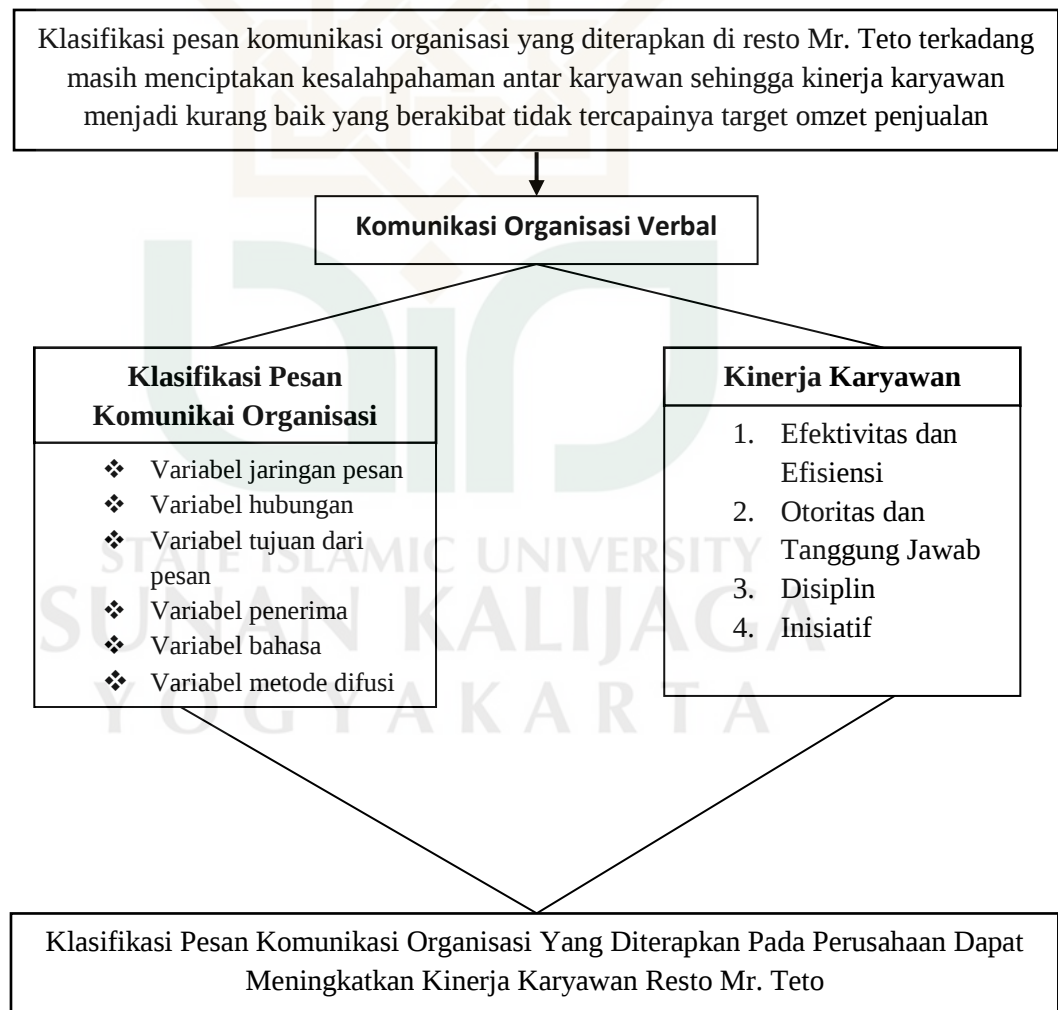
Pengukuran kinerja karyawan dalam organisasi bukanlah suatu aktivitas yang baru. Setiap organisasi satuan kerja, dan unit pelaksana tugas, telah diprogram untuk mengumpulkan informasi berupa laporan berkala (triwulan/ semester/ tahunan) atas pelaksanaan tugas pokok

dan fungsi. Informasi atas *input* dan *output* dari pelaporan tersebut bukannya tidak penting. Akan tetapi melalui pengukuran kinerja, maka fokus dari pelaporan bergeser dari besarnya jumlah sumber daya yang dialokasikan ke hasil yang dicapai dari penggunaan sumber daya tersebut (Nawawi Uha, 2013: 234-235).

F. Kerangka Berfikir

Tabel 1

Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti

G. Unit Analisis

Unit analisis merupakan kerangka acuan yang digunakan untuk pengumpulan data dan menganalisa data yang sudah didapatkan. Dalam melakukan penelitian kualitatif peneliti menggunakan unit analisis sebagai acuan dalam melakukan penelitian agar tidak melebar atau keluar dari topik dan masalah yang dibahas dalam penelitian. Berikut ini unit analisis yang akan peneliti pakai sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian deskriptif kualitatif:

1. Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi

a. Variabel jaringan pesan

Jaringan pesan disini dibagi menjadi dua yaitu jaringan komunikasi formal dan informal. Jaringan komunikasi formal dapat diklasifikasikan menjadi komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal. Sedangkan jaringan komunikasi informal adalah jaringan komunikasi yang terbentuk dari informasi atau komunikasi dari karyawan yang berupa desas-desus(kabar angin).

b. Variabel hubungan

Pesan komunikasi yang disampaikan di antara dua orang, komunikasi kelompok dan komunikasi publik.

c. Variabel tujuan dari pesan

Komunikasi yang disampaikan mempunyai tujuan tertentu seperti untuk memberi tugas, komunikasi pemeliharaan, maupun komunikasi untuk pembaruan.

d. Variabel penerima

Penerima disini diklasifikasikan menjadi dua yaitu penerima pesan internal dan eksternal. Internal adalah komunikasi yang dikirim kepada anggota dalam organisasi. Eksternal adalah komunikasi yang dikirim kepada orang yang diluar organisasi.

e. Variabel bahasa

Berdasarkan bahasa pesan, komunikasi dibagi atas komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

f. Variabel metode difusi

Komunikasi yang menggunakan lisan dan tulisan serta komunikasi yang menggunakan perangkat keras atau perangkat elektronik.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan

a. Efektivitas dan Efisiensi

Efektif bila mencapai tujuan, dikatakan efisien bila hal itu memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan.

b. Otoritas dan Tanggung Jawab

Setiap karyawan yang ada dalam organisasi mengetahui apa yang menjadi haknya dan tanggung jawabnya dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

c. Disiplin

Suatu kondisi atau sikap hormat yang ada pada diri karyawan terhadap peraturan dan ketetapan perusahaan.

d. Inisiatif

Seseorang yang berkaitan dengan daya pikir, kreatifitas dalam bentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, peneliti akan melakukan pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen terhadap objek maupun subjek yang akan diteliti (Moleong, 2010: 9). Data yang dikumpulkan dari penelitian deskriptif kualitatif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Moleong, 2010: 11).

Pada penelitian deskriptif kualitatif ini penulis menggambarkan, memaparkan peristiwa dan fakta di resto Mr. Teto melalui pengamatan lapangan, wawancara, hasil penelaahan dokumen dan dokumentasi, kemudian mendeskripsikan dan menganalisis satu persatu kejadian di tempat untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Subjek dan Objek Peneletian

Subjek penelitiannya akan diajukan kepada pihak karyawan internal resto Mr. Teto yaitu direktur marketing, direktur HRD dan beberapa karyawan yang mendukung penelitian yang kemudian melakukan wawancara secara mendalam.

Objek penelitiannya adalah klasifikasi pesan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan resto Mr. Teto.

3. Jenis Data

Data yang akan diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer didapat dari informan pertama yaitu individu ataupun narasumber utama. Sedangkan data sekunder diperoleh dari observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.

Dalam penelitian ini penulis akan mengumpulkan data primer berupa wawancara mendalam terhadap nara sumber utama karyawan resto Mr. Teto yaitu direktur *marketing* dan direktur HRD. Untuk mendukung hasil data primer penulis juga menggunakan data sekunder yaitu dengan melakukan observasi, dokumentasi dan studi pustaka terhadap resto Mr. Teto.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian merupakan alat pengumpulan data untuk mendapatkan informasi penting yang berkaitan dengan penelitian. Proses wawancara dilakukan secara intensif berulang-

ulang dan terstruktur. Maksudnya adalah pertanyaan yang akan digunakan untuk wawancara disusun sebelumnya dan didasarkan atas masalah dalam rancangan penelitian (Moleong, 2010: 190).

b. Observasi

Teknik observasi dilakukan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset. Fenomena yang dimaksud adalah interaksi dan percakapan yang terjadi diantara subyek penelitian (Kriyantono, 2007: 106-107).

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengetahui data-data dari subyek yang diteliti. Seperti dokumen *company profile*, foto-foto peristiwa, maupun dokumen pemberitaan oleh media.

d. Studi Putaka

Merupakan kegiatan literatur yang penting bagi peneliti untuk memperoleh informasi tentang penelitian sejenis yang masih berhubungan dengan penelitian.

5. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data kualitatif. Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2010: 248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang

dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Miles dan Huberman dalam buku *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Pawito, 2008: 104-106), yang terdiri dari tiga komponen, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama yaitu *editing*, pengelompokan, dan meringkas data merupakan proses pemilihan data. Pada tahap kedua peneliti menyusun catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk berkenaan dengan aktivitas serta proses-prosesnya sehingga peneliti dapat menemukan tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data. Tahap ketiga peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok-kelompok data bersangkutan.

b. Penyajian Data

Penyajian data (*data display*) melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin data yang satu dengan data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis dilibatkan dalam satu kesatuan.

c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas dengan

penyajian data melalui informasi tersebut, peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan skripsi.

6. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data yang digunakan dalam memeriksa keabsahan data penelitian menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi adalah kombinasi beragam sumber data, tenaga peneliti, teori dan teknik metodologis dalam penelitian atau gejala sosial. Dengan demikian, triangulasi memungkinkan tangkapan realitas secara valid (Pawito, 2007: 97). Penulis nantinya akan menggunakan triangulasi sumber data, Patton (dalam Moleong, 2010: 330), berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat-alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Misalnya membandingkan hasil wawancara mendalam pada nara sumber utama dengan pengamatan lapangan selama waktu penelitian berlangsung.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari semua penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait klasifikasi pesan komunikasi organisasi yang diterapkan resto Mr. Teto dalam meningkatkan kinerja karyawan dapat disimpulkan bahwa penyampaian pesan dari orang yang mempunyai jabatan lebih tinggi kepada orang yang mempunyai jabatan lebih rendah berlangsung lancar dan baik tidak mempunyai kendala yang begitu berarti. Tapi dalam prosesnya harus melalui ketua outlet masing-masing.

Tidak jarang juga, karyawan menyampaikan pesan kepada *top* manajemen ketika bertemu secara langsung. Begitu juga kalangan *top* manajemen dan *low* manajemen yang melakukan komunikasi sehari-hari untuk saling berkoordinasi mengenai koordinasi pekerjaan yang ada di Mr.Teto.

Selain berkomunikasi mengenai pekerjaan para karyawan atasan maupun bawahan juga berkomunikasi mengenai kehidupan sehari-hari supaya keakraban para karyawan dapat terjalin dengan erat. Bahasa yang digunakan Mr. Teto kebanyakan menggunakan bahasa Indonesia. Tapi terkadang juga menggunakan bahasa daerah seperti bahasa madura dan bahasa jawa. Untuk bahasa daerahnya sering menggunakan bahasa madura karena mayoritas karyawannya asli orang madura. Penyampaian pesan

yang dilakukan selama ini menggunakan alat komunikasi seperti *handphone* dan *smartphone*. Selain itu juga menggunakan tulisan-tulisan yang ditempel di salah satu sudut *outlet*. Seperti halnya, komunikasi yang dilakukan top manajemen dalam menciptakan isu dan membuat kebijakan-kebijakan baru yang akan diterapkan kepada karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian klasifikasi pesan komunikasi organisasi tersebut pihak top manajemen sudah dapat meningkatkan kinerja karyawan. Faktor efektivitas dan efisiensi, otoritas dan tanggung jawab, inisiatif selama ini sudah dapat meningkatkan kinerja karyawan. Namun berbeda halnya dengan faktor kedisiplinan yang tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, karena faktor kedisiplinan bukanlah menjadi tolak ukur perusahaan dalam mengukur kinerja karyawan.

B. Saran

1. Bagi karyawan *top* manajemen agar lebih menjaga komunikasi dengan bawahan secara langsung demi terciptanya suasana kerja yang baik di keseluruhan manajemen resto Mr. Teto. Hubungan komunikasi yang baik dan lancar dalam tubuh perusahaan nantinya akan menunjang meningkatnya kinerja dari pada setiap karyawan.
2. Lebih terbuka lagi dalam menerima usulan maupun gagasan dari bawahan sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan, mengurangi beban pemikiran kinerja perusahaan dimana banyak masuk sumbangan ide. Kalau bisa dari *top* manajemen mendengarkan

secara langsung saran-saran maupun keluhan-keluhan yang dialami karyawan resto Mr. Teto.

3. Lebih ditingkatkan lagi mengenai kedisiplinan karyawan. Karena ketika karyawan sudah terbiasa disiplin maka dapat meningkatkan kinerja karyawan secara signifikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Dapertemen Agama RI, 2005. *Al-Qur'an Terjemah Al-Jumanatul 'Ali*. Bandung: Jakarta
- Keraf, Gorys. 2004. "Komposisi Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa". Flores: Nusa Indah
- Littlejohn, Stephene W. and A. Foss, Karen. 2009. *Teori Komunikasi. Edisi 9 (Mohammad Yusuf Hamdan. Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, J. Lexy. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan Kedua Puluh Sembilan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi. Cetakan Pertama*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nawawi Uha, Ismail. 2013. *Budaya Organisasi Kepemimpinan Dan Kinerja: Proses Terbentuk, Tambah Kembang, Dinamika, Dan Kinerja Organisasi*. Jakarta: Kencana
- Pace R. Wayne and Faules, Don F. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Rosda
- Pace, R. Wayne and Faules, F. Don. (ed). 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Cetakan Kedelapan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Pawinto. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT Lkis Pelangi Aksara
- Riswandi, 2009. *Ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Robbins, Stephene P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi Dan Studi Kasus*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Suyomukti, Nurani, 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Artikel Jurnal

Giarti Slamet. “Pengaruh Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan” . Jurnal STIA ASMI Solo.

Skripsi

Santoso, Budi. 2008. " *Implementasi Komunikasi Organisasi Internal Di Redaksi Majalah Fahma Yogyakarta (Ditinjau Dari Aliran Informasi dalam Organisasi)*". Skripsi. Fakultas Dakwah. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijag. Yogyakarta

Kiswono. 2009. “*Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pada Pegawai Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*”. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta

Lusiana. 2016. “*Penerapan Komunikasi Organisasi Dalam Mensosialisasikan Budaya Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro Blitar*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri. Tulungagung

Internet

<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-63#tafsir-quraish-shihab> diakses pada 23 Mei 2017

<https://ekbis.sindonews.com/read/934964/36/modal-rp30-ribu-omzet-mr-teto-rp300-jutabulan-1418107870/> diakses pada 1 Juli 2017

Roger, Evertt M, (1964) Diffusion of innovations. Glencoe : Free Press Available on : <http://books.google.com/books?id=ZW0-AAAAIAAJ>

Lampiran 1

Interview Guide

1. Faktor apa yang menjadikan Mr. Teto dapat bertahan dan berkembang sampai sekarang ini?
2. Mulai dari kapan Mr. Teto memiliki outlet sendiri?
3. Dimana saja cabang Mr. Teto yang sudah beroperasi pada saat ini?
4. Bagaimana komunikasi yang berlangsung di Mr. Teto?
5. Siapa saja yang berperan menjadi pengendali komunikasi antar karyawan?
6. Bagaimana cara mengontrol arus informasi/ komunikasi antar karyawan?
7. Adakah seseorang bukan dari karyawan yang mempunyai peranan penting dalam menjalin hubungan antar karyawan?
8. Bagaimana struktur organisasi dan tanggungjawab kerja karyawan Mr. Teto yang terbentuk selama ini?
9. Bagaimana SOP yang diterapkan pada Mr. Teto selama ini?
10. Bagaimana cara menghadapi karyawan yang melakukan kesalahan?
11. Bagaimana peraturan waktu masuk kerja karyawan?
12. Bagaimana cara mengontrol kerja karyawan di tiap outlet Mr. Teto?
13. Dalam penyampaian pesan komunikasi kenapa masih sering terjadi kesalahpahaman antar karyawan dalam menerima pesan?
14. Komunikasi apa yang diterapkan dari atasan ke bawahan, seperti cara penyampaian informasi dari top manajemen kepada karyawan?
15. Bagaimana cara owner berperan penting dalam menyampaikan dan menjaga komunikasi organisasi dalam perusahaan ini?
16. Bagaimana komunikasi yang diterapkan dari bawahan ke atasan?
17. Bagaimana komunikasi antar karyawan tanpa melihat posisi karyawan dalam struktur organisasi?
18. Bagaimana komunikasi informal antar karyawan?
19. Apakah ada informasi yang muncul terlebih dulu dari antar karyawan, padahal informasi tersebut belum disampaikan secara resmi kepada karyawan? Contohnya?
20. Bagaimana komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh karyawan ketika bertatap muka antar karyawan/ komunikasi antara dua orang?
21. Bagaimana komunikasi kelompok yang terjadi di Mr. Teto?
22. Bentuk komunikasi/ bahasa seperti apa yang digunakan dalam rapat internal?
23. Apakah ada komunikasi yang dilakukan oleh Mr. Teto terhadap publik/ masyarakat luar?
24. Bagaimana cara menyampaikan jobdes ke setiap karyawan? Contohnya?
25. Bagaimana komunikasi pesan yang disampaikan ke karyawan mengenai kebijakan Mr. Teto?
26. Bagaimana komunikasi antar pribadi karyawan mengenai keinginan-keinginan karyawan?
27. Bagaimana pesan pembaruan yang dilakukan Mr. Teto selama ini?
28. Bagaimana komunikasi internal Mr. Teto yang terjadi selama ini?
29. Bagaimana komunikasi eksternal Mr. Teto yang terjadi selama ini?

30. Bahasa komunikasi seperti apa yang digunakan sehari-hari?
31. Selain berkomunikasi secara langsung antar karyawan, apakah ada komunikasi lain yang menggunakan perangkat komunikasi sebagai perantara komunikasi?
32. Bagaimana keefektifan dan keefisienan kerja karyawan selama ini?
33. Bagaimana kedisiplinan yang dijalankan oleh karyawan selama ini?
34. Bagaimana tanggung jawab kerja karyawan selama ini?
35. Apakah ada ide-ide baru bersifat pribadi yang muncul dari *top* manajemen atau *low* manajemen untuk perkembangan Mr. Teto?
36. Tujuan utama dari perusahaan resto adalah target penjualan dan peningkatan omzet. Bentuk seperti apa yang dilakukan pihak internal lakukan terhadap karyawan jika target dapat tercapai? Begitupun juga bagaimana jika target tersebut tidak tercapai?

Lampiran 2



- Wawancara dengan nara sumber



- Owner Mr. Teto di undang dalam acara “Hitam Putih” di Tans7



- Outlet Mr. Teto 1 – Jl. Perintis Kemerdekaan 61 A, Umbulharjo, Yogyakarta

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Wafda Ahmad

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 29 September 1991

Alamat Asal : Kedungdowo Rt.04/ Rw.06, Kaliwungu, Kudus,
Jawa Tengah. 59361.

Alamat Tinggal : Gendeng GK.IV/726 Rt.72/ Rw.18, Baciro,
Gondokusuman, Kota, Yogyakarta. 55225.

Email : wafdaahmed@gmail.com

No. HP : 085641289894



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	-	-
SD	MI TARBIYATUS SHIBYAN	1998
SMP	MTS N KUDUS	2004
SMA	MAN 2 KUDUS	2007
S1	UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	2010