

**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI  
ANTARA PIMPINAN DAN KARYAWAN  
MELALUI MEDIA WHATSAPP**  
(Studi Kualitatif di Lembaga Amil Zakat Nasional  
Yatim Mandiri Cabang Yogyakarta)



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun Oleh :**

**Hidayat**

**NIM. 15210076**

**Pembimbing :**

**Dr. H. M. Kholili, M.Si**

**NIP. 19590408 198503 1 005**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**

## ABSTRAK

Hidayat 1520076, Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Melalui Media *WhatsApp* (Studi Kualitatif di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Yogyakarta). Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Dalam sebuah organisasi terdapat dua komponen, berupa pemimpin dan anggota. Untuk menjaga keberlangsungan suatu organisasi, dibutuhkan pola komunikasi dan kerjasama yang baik antara pimpinan. Dalam mewujudkan komunikasi yang efektif antara keduanya, dibutuhkan media sosial sebagai perantara komunikasi seperti *WhatsApp*. Salah satu organisasi yang menggunakannya adalah Yatim Mandiri Yogyakarta yang memanfaatkan *WhatsApp* sebagai grup *chatting* untuk membahas segala macam informasi ataupun masalah-masalah yang berkaitan dengan organisasi tersebut.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori informasi organisasi untuk meminimalisir informasi yang ambigu dalam komunikasi via *WhatsApp*. Adapun analisis data, menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa pola komunikasi organisasi di Yatim Mandiri Yogyakarta menggunakan dua pola, berupa komunikasi informatif dan regulatif dalam komunikasi antarpersonal dan komunikasi informatif dan regulatif dalam komunikasi kelompok. Adapun komunikasi antarpersonal pimpinan maupun karyawan sangat jarang

menyampaikan informasi melalui *chat* personal. Adapun dari segi komunikasi kelompok, pimpinan maupun karyawan sering menyampaikan informasi melalui *chat* grup sebagai koordinasi disertai dengan penyampaian informasi.

**Kata Kunci: Pola Komunikasi, Organisasi, *WhatsApp*, Yatim Mandiri.**



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hidayat  
NIM : 15210076  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Melalui Media *WhatsApp* (Studi Kualitatif di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Yogyakarta)” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai bahan acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai secara hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Februari 2019

Yang menyatakan,



Hidayat  
NIM. 15210076



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856

Yogyakarta 55281

---

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

Nama : Hidayat

NIM : 15210076

Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI ORGANISASI ANTARA  
PIMPINAN DAN KARYAWAN MELALUI MEDIA  
WHATSAPP** (Studi Kualitatif di Lembaga Amil Zakat  
Nasional Yatim Mandiri Cabang Yogyakarta)

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Broadcasting.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

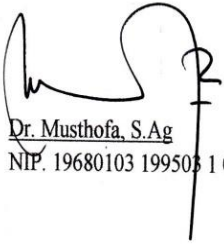
*Wassalamu'alaikum wr.wb*

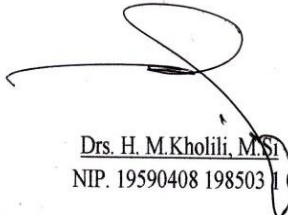
Mengetahui

Yogyakarta, 11 Februari 2019

Ketua Jurusan

Pembimbing

  
Dr. Musthofa, S.Ag  
NIP. 19680103 199503 1 001

  
Drs. H. M.Kholili, M.Si  
NIP. 19590408 198503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-167/Un.02/DD/PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : POLA KOMUNIKASI ORGANISASI ANTARA PIMPINAN  
DAN KARYAWAN MELALUI MEDIA WHATSAPP  
(STUDI KUALITATIF DI LEMBAGA AMIL ZAKAT  
NASIONAL YATIM MANDIRI CABANG YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HIDAYAT  
Nomor Induk Mahasiswa : 15210076  
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Februari 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. H. M. Kholili, M.Si.  
NIP. 19590408 198503 1 005

Penguji I

Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.  
NIP. 19661209 199403 1 004

Saptoni, S.Ag., M.A.  
NIP. 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 20 Februari 2019  
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
DEKAN



Nisrahmah, M.Si.  
NIP. 19600910 198703 2 001

## **MOTTO**

“Kita adalah apa yang kita pikirkan, bukan apa yang mereka pikirkan. Kita adalah apa yang kita inginkan, bukan apa yang mereka inginkan.”

(Fiersa Besari)



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*SAYA PERSEMBAHKAN SKRIPSI INI BUAT:*

*Kedua Orang Tuaku*

*Lembaga Yatim Mandiri cabang Yogyakarta*

*Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*

*Fakultas Dakwah dan Komunikasi*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmatnya, sehingga peneliti diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhamad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh kejayaan seperti yang kita rasakan saat ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya proses penulisan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Prof. Drs. Yudian Wahyudi, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Dr. Mustofa, S.Ag.
4. Dosen pembimbing akademik, Dr. Hamdan Daulay., M.A. yang telah memberikan arahan dan nasihat selama proses perkuliahan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.

5. Dosen pembimbing skripsi, Dr. H. M. Kholili, M. Si. yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan serta nasihat kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
7. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dalam berbagai hal kepada putranya.
8. Didik Kurniawan selaku Kepala Cabang Yatim Mandiri Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di lembaga tersebut.
9. Nasrullah dan Rosi yang telah bersedia di wawancara dan membantu dalam proses pengambilan data.
10. Fadil, Syahril, Aldi, Syahrim, Rhuly, Fatul dan Manaf yang telah memberi banyak dukungannya kepada peneliti.
11. Terima kasih kepada Betty, Icha, Riska, Elita, Alfiana, Ika, Arifin, Fia, Annisa, Adel, dan teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam 2015.
12. Terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran skripsi ini, namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 11 Februari 2019

Penyusun

Hidayat

Nim. 15210076

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Pustaka .....	5
F. Kerangka Teori .....	7
G. Metode Penelitian .....	19
H. Sistematika Pembahasan.....	25

## **BAB II: GAMBARAN UMUM LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL YATIM MANDIRI YOGYAKARTA**

1. Sejarah dan Profil Lembaga.....	26
2. Visi dan Misi Lembaga.....	29
3. Grup WhatsApp Yatim Mandiri .....	29
4. Struktur Lembaga .....	31
5. Program Kerja Lembaga.....	33

## **BAB III: PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA**

A. Proses Komunikasi Organisasi dalam Media WhatsApp Grup di Yatim Mandiri cabang Yogyakarta .....	38
1. Pengirim Pesan .....	39
2. Pesan.....	42
3. Penerima Pesan.....	44
4. Saluran Komunikasi.....	46
5. Efek Komunikasi.....	48
6. Hambatan dalam Komunikasi.....	49
B. Pola Komunikasi Organisasi dalam media WhatsApp Grup di Yatim Mandiri cabang Yogyakarta .....	53
1. Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Antarpersonal .....	53
2. Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Kelompok .....	64

**BAB IV: PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 83

B. Saran ..... 84

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Komunikasi.....	17
Gambar 2 Struktur Lembaga Yatim Mandiri Yogyakarta .....	31
Gambar 3 Percakapan antara salah satu Zisco dan Kepala Cabang.....	58
Gambar 4 Percakapan antara salah satu Staf Admin dan salah satu Zisco .....	60
Gambar 5 Percakapan salah satu Zis Konsultan dengan Staf Admin .....	62
Gambar 6 Kepala Cabang menginstruksikan kepada seluruh karyawan .....	67
Gambar 7 Kepala Cabang menyampaikan undangan untuk adek yatim.....	68
Gambar 8 Kepala Cabang menyampaikan beberapa agenda .....	69
Gambar 9 Kepala Cabang menyampaikan kegiatan beda majalah .....	70
Gambar 10 Staf Program menyalurkan tabungan pendidikan .....	74
Gambar 11 Staf Program mengikutsertakan anak yatim dalam lomba Hafidz nasional.....	76
Gambar 12 Salah satu Zis Konsultan menyarankan untuk membuat flyer .....	77
Gambar 13 Salah satu karyawan meminta izin untuk telat .....	78
Gambar 14 Koordinasi bukti transfer para muzakki .....	80
Gambar 15 Informasi terkait bencana selat sunda .....	81

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan seluruh manusia. Tanpa komunikasi manusia bukanlah apa-apa. Dengan melakukan aktivitas komunikasi mempermudah manusia berinteraksi dalam kegiatan sehari-hari. Tentu komunikasi sangat penting di masyarakat guna mencapai informasi yang diinginkan antara individu maupun kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu komponen yang melahirkan integrasi sosial sehingga mampu menjaga eksistensi kehidupan suatu kelompok/organisasi.<sup>1</sup>

Komunikasi juga merupakan suatu kesatuan yang mengikat di masyarakat. Komunikasi dapat membantu anggota-anggota organisasi untuk mencapai tujuan individu dalam mewujudkan cita-cita organisasi, dan ikut memainkan peran dalam melaksanakan kegiatan organisasi yang relevan.<sup>2</sup> Kendati demikian, berkomunikasi dengan baik tidak begitu mudah. Bila sebuah organisasi tidak melakukan komunikasi yang baik, organisasi itu tidak akan berfungsi seefektif yang diinginkan oleh organisasi tersebut.

---

<sup>1</sup> Muzawwir Kholiq, *Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta: Skripsi Uin Sunan Kalijaga, 2010), hlm.6.

<sup>2</sup> Ririn Gustiwati, *Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Staf di Yayasan Wakaf Khadijah Aisyah Pasangarahan Jakarta Selatan*, Skripsi (Jakarta: Skripsi Uin Syarif Hidayatullah, 2013), hlm.1.

Dalam sebuah organisasi terdapat dua komponen, berupa pemimpin dan anggota.<sup>3</sup> Untuk menjaga keberlangsungan komunikasi dalam organisasi, dibutuhkan pola komunikasi dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan karyawan. Di sisi lain, Komunikasi organisasi sangat penting untuk mencapai pesan yang efektif guna menjaga kelangsungan hidup suatu kelompok/organisasi. Dengan adanya komunikasi organisasi memudahkan para pemimpinnya dan anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam mewujudkan komunikasi yang efektif di sebuah organisasi, dibutuhkan media sosial sebagai perantara komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Pemimpin memerlukan masukan dan dukungan untuk membangun program kerja yang dinamis. Begitupun dengan karyawan memberikan berupa *feedback* agar keduanya berjalan dengan sinergis dalam mewujudkan cita-cita yang diharapkan organisasi tersebut.

Dalam perannya, media sosial mempunyai andil besar dalam perkembangan organisasi termasuk salah satunya adalah *WhatsApp*. Aplikasi *WhatsApp* merupakan aplikasi yang pesan yang paling populer di dunia.<sup>4</sup> *WhatsApp* merupakan aplikasi perpesanan yang dapat mengirim foto, pesan, audio, dan video. Saat ini *WhatsApp* mengambil peran dalam sebuah organisasi karena bisa membuat grup yang terdiri dari banyak orang dengan kecepatan dalam mengirim pesan sehingga membuat orang banyak tertarik untuk memanfaatkan

---

<sup>3</sup> Muzawwir Kholiq, *Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta: Skripsi Uin Sunan Kalijaga, 2010), hlm.6.

<sup>4</sup> <https://tirto.id/WhatsApp-aplikasi-pesan-paling-populer-di-dunia-9ix>, diakses pada tanggal 19 November 2018, pukul 16:34 WIB.



aplikasi ini. *WhatsApp* bisa berkomunikasi kepada siapapun, kapanpun selama terhubung ke koneksi internet. Di sisi lain, fungsi *WhatsApp* untuk bertukar informasi dan tempat berdiskusi secara *online*.

Salah satu organisasi yang menggunakan *WhatsApp* adalah Yatim Mandiri Yogyakarta yang menggunakannya sebagai grup *chatting* untuk membahas segala macam informasi ataupun masalah-masalah yang berkaitan dengan organisasi tersebut. Terlebih lagi karyawan di Yatim Mandiri sebagian besar bergerak di lapangan, seperti menjemput dan menghimpun Ziswaf kepada para *muzakki*, dan membantu menyalurkan Ziswaf kepada adik-adik yatim, tentunya hal ini dibutuhkan media komunikasi dalam menyampaikan informasi yang *up to date* yang pada saat waktu itu juga harus disampaikan.<sup>5</sup>

Yatim Mandiri merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAZ) adalah milik masyarakat Indonesia yang mengabdikan dan mengangkat derajat sosial kemanusiaan yatim dan dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga.<sup>6</sup>

Pada penelitian ini, Peneliti tertarik untuk mengetahui organisasi Yatim Mandiri yang sudah berumur 25 tahun secara nasional masih mempertahankan eksistensinya dalam menjalankan visi dan misinya. Terlebih lagi sudah memiliki cabang di seluruh Indonesia termasuk di Yogyakarta yang saat ini berusia 5 tahun.

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Mas Anas, Zis-co (Konsultan Zakat, Infak, dan Shadaqah), 11 Desember 2018, pukul 20:10 WIB.

<sup>6</sup> <http://yatimmandiri.org/page/kilas-sejarah.html>, diakses pada tanggal 11 Oktober 2018 pukul 21:10 WIB.

Oleh karenanya, peneliti tertarik pada organisasi Yatim Mandiri Yogyakarta yang berkonsentrasi dalam memandirikan anak-anak yatim dan memiliki desa binaan yang tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta.<sup>7</sup> Di sisi lain, Peneliti tertarik untuk mengetahui fenomena aplikasi *WhatsApp* yang mana pada zaman sekarang memudahkan para anggota organisasi dengan memanfaatkan fitur *WhatsApp* grup sebagai sarana berkomunikasi atau diskusi secara kolektif untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kebijakan organisasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi melalui media *WhatsApp* di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi organisasi antara pimpinan dengan karyawan dalam menggunakan *WhatsApp* di lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diharapkan setelah penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan di lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta.

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Mas Anas, Zis-co (Konsultan Zakat, Infak, dah Shadaqah).

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang komunikasi organisasi dalam pemanfaatan media sosial. Serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang pola komunikasi dalam organisasi.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat memberi masukan kepada lembaga Yatim Mandiri Yogyakarta dalam penggunaan aplikasi *WhatsApp* untuk menyebarkan informasi antara pimpinan dan karyawan dalam menjalankan visi dan misinya.

#### **E. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti telah mengkaji beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini untuk menambah wawasan dan sebagai pembanding dalam masalah yang telah diteliti dari penelitian terdahulu. Diantara penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ryskita Rahmansari tahun 2017 Mahasiswa Jurusan Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo. Penelitian ini berjudul "*Penggunaan Aplikasi Whatsapp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo*". Pada jurnal tersebut, meneliti tentang aplikasi *WhatsApp* yang memiliki peran penting dalam mendukung fungsi komunikasi organisasi yang menawarkan percepatan dan efisiensi dari fasilitas aplikasi tersebut. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang penggunaan aplikasi

*WhatsApp* dalam komunikasi organisasi sedangkan perbedaannya tidak membahas tentang pola komunikasi dalam organisasi.<sup>8</sup>

Kedua, penelitian yang berjudul “*Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)*”. Skripsi karya Muzawwir Kholiq tahun 2010 mahasiswa jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian tersebut membahas tentang pentingnya membangun sebuah pola komunikasi yang baik antar pimpinan dan karyawan dalam sebuah organisasi. Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada bentuk pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan. Sedangkan letak perbedaannya pada media yang digunakan, jika penelitian yang diatas tidak menggunakan media, sedangkan penelitian yang akan diteliti yakni menggunakan media *WhatsApp*.<sup>9</sup>

Ketiga, penelitian yang berjudul “*Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Staf di Yayasan Wakaf Khadijah Aisyah Pasanggarahan Jakarta Selatan*”. Skripsi karya Ririn Gustiwati tahun 2013 mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa komunikasi yang dilakukan ialah dengan komunikasi internal yang terdiri dari komunikasi horizontal dan vertikal serta pengambilan keputusan di yayasan ini dilakukan secara bersama-sama. Pada

---

<sup>8</sup> Ryskita Rahmansari, *Penggunaan Aplikasi WhatsApp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo*, Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial. Vol. 1 No. 2 Tahun 2017.

<sup>9</sup> Muzawwir Kholiq, *Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2010)

skripsi ini membahas tentang bagaimana bentuk komunikasi organisasi serta pengambilan keputusan dalam komunikasi organisasi. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pola komunikasi antara pimpinan dan karyawan sedangkan perbedaannya tidak membahas mengenai komunikasi organisasi.<sup>10</sup>

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Teori Informasi Organisasi**

Teori informasi organisasi memiliki kedudukan penting dalam ilmu komunikasi karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasikan manusia dan memberikan pemikiran rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi. Teori ini berfokus pada proses pengorganisasian anggota organisasi untuk mengelola informasi daripada berfokus pada struktur organisasi itu sendiri.

Teori informasi organisasi merupakan salah satu teori komunikasi yang membahas mengenai pentingnya penyebaran informasi dalam organisasi untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi tersebut. Teori ini menekankan proses dimana individu mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi.<sup>11</sup>

Dalam menjalankan suatu organisasi pastinya banyak informasi yang berasal dari internal maupun eksternal organisasi kemudian dibagikan melalui

---

<sup>10</sup> Ririn Gustiwati, *Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Staf di Yayasan Wakaf Khadijah Aisyah Pasanggarahan Jakarta Selatan*, Skripsi (Jakarta: Jurusan KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013)

<sup>11</sup> <https://www.kompasiana.com/rakhmirusdiani/55288282f17e61f5578b4624/teori-informasi-organisasi>, diakses pada tanggal 20 November 2018, pukul 13:20 WIB.

media *WhatsApp* grup. Sehingga komunikasi yang terjadi dalam organisasi akan menimbulkan banyak kendala salah satunya informasi yang ambigu. Oleh karenanya, dibutuhkan aktivitas bersama para anggota organisasi untuk mengurangi informasi yang tidak jelas.

Teori informasi organisasi memiliki sejumlah asumsi dasar diantaranya adalah<sup>12</sup>

- a. Organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi. Asumsi ini menyatakan bahwa organisasi bergantung pada informasi agar dapat berfungsi dengan efektif dan mencapai tujuan mereka. Weick (1979) menyatakan bahwa lingkungan informasi ini diciptakan oleh anggota organisasi untuk memperoleh informasi baik dari sumber internal maupun eksternal.
- b. Informasi yang diterima sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidajelasannya. Ketidajelasan yang dimaksud disini adalah pada pesan yang tidak jelas dan kerap kali dikirim di dalam organisasi. Oleh karena itu sebuah organisasi harus menentukan siapa yang berhak menerima pesan dalam mengatur sebuah informasi yang didapatkan.
- c. Organisasi terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidajelasan informasi. Dalam upaya mengurangi ambiguitas tersebut, organisasi mulai melakukan aktivitas bersama anggota organisasi untuk membuat informasi yang diterima serta dapat dipahami.

---

<sup>12</sup> Richard West dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. (Jakarta: PT. Salemba Humanika, 2013), hlm. 339-340.

## 1. Prinsip-Prinsip Ketidakjelasan

Organisasi menggunakan tiga prinsip ketika menghadapi ketidakjelasan, diantaranya adalah:

- a. Menganalisis hubungan antara ketidakjelasan informasi, aturan yang dimiliki organisasi untuk menghilangkan ketidakjelasan, dan siklus komunikasi yang dipakai. maksud dari hubungan antara ketiga faktor ini yakni, ketika ada pesan yang tidak jelas, kemungkinan organisasi tersebut memiliki sedikit aturan untuk mengatasi ambiguitas. Akibatnya, organisasi harus menggunakan siklus komunikasi yang lebih banyak untuk mengurangi tingkat ketidakjelasan informasi.
- b. Mengurangi jumlah aturan yang dipakai dan menambah siklus komunikasi untuk mengurangi ketidakjelasan dalam mengurangi ambiguitas.
- c. Hubungan antara jumlah siklus yang digunakan dan jumlah ketidakjelasan yang tersisa. Jika jumlah siklus yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang semakin banyak, kemungkinan ketidakjelasan dapat dikurangi.

## 2. Langkah Mengurangi Ketidakjelasan

Ada tiga tahap untuk mengurangi ketidakjelasan dalam penyebaran informasi yang ada pada organisasi yaitu:

- a. *Entactment*: menciptakan lingkungan. Pada tahapan ini organisasi menganalisis input-input yang diterima untuk menentukan jumlah ketidakjelasan yang ada dan memberikan makna pada informasi.

- b. Seleksi: menginterpretasikan input. Menggunakan metode terbaik untuk mengurangi ketidakjelasan informasi tambahan. Pada tahapan ini kelompok diharuskan membuat keputusan mengenai aturan dan siklus yang akan dipakai.
- c. Retensi: mengingat hal-hal kecil. Dalam tahapan ini, Organisasi diharuskan untuk menyimpan informasi di kemudian hari. Pada tahapan yang terakhir organisasi diharuskan melihat apa yang harus diatasi, untuk mengurangi ketidakjelasan informasi.

Adapun keunggulan teori ini adalah kegunaannya lebih berfokus pada proses komunikasi daripada peran komunikator itu sendiri. Hal ini merupakan keuntungan yang besar dalam memahami bagaimana para anggota organisasi terlibat dalam usaha kolaboratif baik dengan lingkungan eksternal maupun internal untuk memahami informasi yang mereka terima.<sup>13</sup>

## **2. Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi maupun antarorganisasi. Komunikasi tersebut bersifat formal maupun informal. Semakin formal sifatnya, semakin terstruktur pesan yang disampaikan. Komunikasi formal adalah komunikasi yang memiliki struktur organisasi seperti komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, maupun horizontal. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi di luar struktur organisasi.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm 349.

<sup>14</sup> Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm.



## 1. Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi penting komunikasi organisasi, menurut Brent D. RaRuben, antara lain:

- a. Mengkoordinasikan aktivitas individu, kelompok, atau unit-unit lain dalam organisasi.
- b. Memberikan pengarahan organisasi secara keseluruhan.
- c. Memfasilitasi pertukaran informasi dalam organisasi.
- d. Menjamin adanya arus timbal balik (*two-way flow information*) antara organisasi dan lingkungan eksternal organisasi.<sup>15</sup>

Secara umum, fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi informatif: organisasi merupakan alat untuk memproses informasi yang kemudian dibagikan kepada seluruh anggota organisasi yang berkaitan dengan kebijakan organisasi untuk mendukung kinerja setiap orang yang ada di lingkungan organisasi.
- b. Fungsi regulatif: fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu, pertama, berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, kedua, berkaitan dengan pesan dalam organisasi tersebut.
- c. Fungsi persuasif: dalam manajemen suatu organisasi, tugas pimpinan adalah untuk memersuasi karyawannya daripada memamerkan kekuasaan

---

<sup>15</sup> Brent D. Raruben, *Communication and Behavior*, (New York: MacMilan Publishing Company, 1998), hlm.364.

dan kewenangannya. Sebab, karyawan akan bekerja secara sukarela dan mematuhi peraturan yang ada.

- d. Fungsi integratif: fungsi ini menyediakan saluran yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama dalam organisasi tersebut. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu: saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, surat kabar) dan laporan kemajuan organisasi, dan komunikasi informal: seperti perbincangan diluar kegiatan organisasi.<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian diatas, yang akan jadi fokus penelitian ini adalah fungsi informatif dan fungsi regulatif.

## 2. Arus Komunikasi Organisasi

Arus komunikasi organisasi dalam organisasi meliputi komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Ronald Adler dan George Rodman dalam buku *Understanding Human Communication*, mencoba menguraikan masing-masing fungsi kedua arus komunikasi dalam organisasi tersebut sebagai berikut.<sup>17</sup>

- a. Komunikasi ke bawah (*downward communication*), merupakan informasi yang mengalir dari tataran manajemen kemudian disampaikan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

1. Pemberian atau penyampaian instruksi kerja (*job instruction*).

---

<sup>16</sup> Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 181.

<sup>17</sup> Nanang Mizwar Hasyim, *Modul dan Bahan Ajar, Komunikasi Organisasi*, (ttp, tnp, tt), hlm.7-8.

2. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*).
  3. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*).
  4. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.
- b. Komunikasi ke atas (*upward communication*), merupakan informasi yang mengalir dari bawahan kemudian disampaikan kepada atasannya. Fungsi komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:
1. Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan.
  2. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.
  3. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
  4. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.
- c. Komunikasi horizontal (*horizontal communication*), merupakan komunikasi yang terjadi antara unit kerja yang posisinya setara. Fungsi arus komunikasi horizontal adalah:
1. Memperbaiki koordinasi tugas.
  2. Upaya pemecahan masalah.
  3. Saling berbagi informasi.
  4. Upaya memecahkan konflik
  5. Membina hubungan melalui kegiatan bersama.

Yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah fungsi informatif pada:

- a. Komunikasi Vertikal.
- b. Komunikasi Horizontal.

### 3. Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan sistem penyampaian pesan antara dua orang atau lebih melalui proses pengiriman atau penerimaan sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami antara satu sama lain. Pada dasarnya penggunaan pola komunikasi dapat mempengaruhi proses komunikasi.

Dalam pola komunikasi belum ada teori yang menjadi kajian oleh para ilmuan, akan tetapi pernah dibahas oleh Sereno dan Mortense mengenai model komunikasi sebagai bahan diskusi yang tepat dalam kebutuhan komunikasi.<sup>18</sup>

#### a. Bentuk Komunikasi

Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi yang memiliki simbol atau lambang yang dikirimkan untuk mempengaruhi antara individu maupun kelompok. Pola komunikasi akan lebih bermakna ketika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam mengaplikasikan bentuk komunikasi. Menurut Effendy bentuk komunikasi dibagi menjadi tiga jenis diantaranya<sup>19</sup>:

1. Komunikasi antarpersona adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan yang bersifat *face to face* (tatap muka). Komunikasi

---

<sup>18</sup> Sam Abede Pareno, *Kuliah Komunikasi*, (Surabaya, Papyrus, 2002), hal.22.

<sup>19</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), hlm. 57-83.

jenis ini dianggap efektif karena saling melancarkan percakapan dan adanya tanggapan berupa positif atau negatif pada saat komunikasi berlangsung.

2. Komunikasi kelompok komunikasi yang terdiri dari beberapa orang dalam suatu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan dan lain sebagainya.

Komunikasi kelompok diklasifikasikan menjadi<sup>20</sup>:

- a. *Small group* (Kelompok yang berjumlah sedikit) merupakan situasi komunikasi yang berada dalam kelompok kecil yang melibatkan sejumlah orang dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan.
  - b. *Medium group* (agak banyak) situasi komunikasi dalam kelompok sedang karena dapat diorganisir dengan baik dan terarah, misalnya antara satu bidang dengan bidang yang lain dalam organisasi atau perusahaan.
  - c. *Large group* (jumlah banyak) merupakan situasi komunikasi yang berada dalam kelompok besar yang melibatkan kelompok dengan individu, kelompok dengan kelompok. Pada situasi komunikasi seperti ini komunikasi memberi tanggapan lebih sulit karena bersifat emosional.
3. Komunikasi Massa merupakan proses komunikasi dengan menggunakan media sebagai sarana untuk menyebarkan pesan kepada khalayak seperti Radio, Surat Kabar, Majalah dan lain-lain.

---

<sup>20</sup> David Krech, *Individual In Society*, (Berkeley City, University of California, 1882), hlm.456.

Yang jadi fokus pada penelitian ini ada pada:

- a. Komunikasi informatif dalam komunikasi antarpersonal.
- b. Komunikasi informatif dalam komunikasi kelompok.

#### 4. Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan proses komunikasi ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan sehingga dapat menciptakan persepsi yang sama. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Secara linier, proses komunikasi dibagi menjadi empat komponen diantaranya adalah<sup>21</sup>:

- a. Sumber/pengiriman pesan/komunikator, seseorang atau sekelompok orang atau suatu organisasi/lembaga yang memiliki inisiatif menyampaikan pesan.
- b. Pesan, yang mana terdiri dari lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis atau secara lisan, gambar, angka, *gestura*.
- c. Saluran, merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pengiriman pesan (misalnya telepon, radio, surat, surat kabar, majalah, TV, gelombang udara dalam arti komunikasi antarpribadi secara tatap muka)
- d. Penerima/komunikan, yakni seseorang atau sekelompok organisasi/lembaga yang menerima pesan.

---

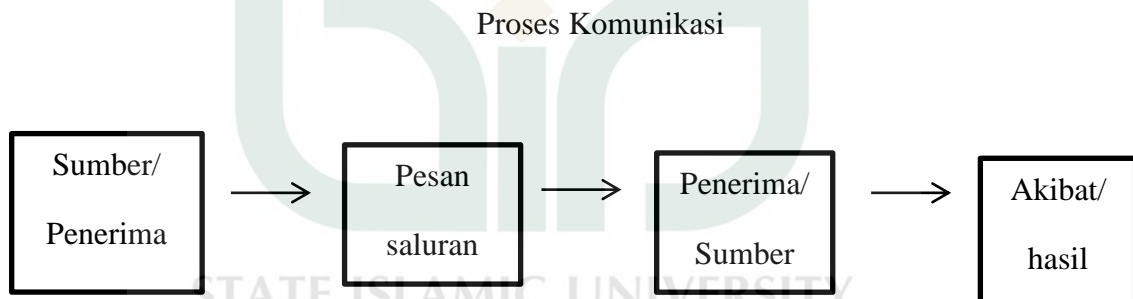
<sup>21</sup> Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013), hlm. 2.2.

Keempat elemen di atas dapat disebut sebagai model S-M-C-R atau *Source-Message-Channel-Receiver*,<sup>22</sup> dalam proses komunikasi ada tiga unsur lainnya diantaranya adalah:

- a. Akibat/ dampak / hasil yang terjadi berupa tingkah laku atau sikap pada pihak penerima/komunikasi.
- b. Umpan-balik / *feedback*, merupakan umpan balik dari penerima/komunikasi dari pesan yang diterimanya.
- c. *Noise* (gangguan), gangguan dalam kelancaran proses komunikasi berupa gangguan fisik atau gangguan psikologis.

Secara sederhana proses komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1



Sumber: Pengantar Ilmu Komunikasi

Dalam setiap proses komunikasi, sumber dan penerima pesan komunikasi, masing-masing melakukan tiga kegiatan yakni: *encoding* (membentuk kode-kode pesan yang akan disampaikan dalam bentuk simbol atau pesan), *decoding* (memecahkan kode-kode pesan dan mengartikan menjadi informasi yang bermakna), *interpreting* (menafsirkan arti pesan).

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 2.2.

Menurut Wilbur Schramm (1973), suatu proses komunikasi akan berjalan baik, apabila antara sumber dan penerima pesan terdapat pertautan minat dan kepentingan (*overlapping of interest*).<sup>23</sup>

Pertautan minat dan kepentingan ini akan terjadi apabila adanya kesamaan dalam kerangka referensi antara sumber dan penerima pesan. Pada dasarnya, proses komunikasi antara sumber dan penerima pesan sering kali tidak berjalan lancar apabila adanya suatu gangguan (*noise*), yakni berupa gangguan yang bersifat fisik ataupun gangguan yang bersifat psikologis.

## 5. Media Sosial

Media sosial merupakan medium di internet yang mana para penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkeja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial di dunia maya. Ada tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi dan berkeja sama. Pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan untuk melakukan kerja sama.<sup>24</sup>

Adapun katakterisitik media sosial menurut Nasrullah (2016), yaitu:

- a. Jaringan (*network*). Media sosial memiliki karakter jaringan sosial.
- b. Informasi (*information*). Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial.

---

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm.2.4.

<sup>24</sup> Ruli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatam Media, 2016), hlm. 13.



- c. Arsip (*archive*). Arsip memiliki karakter bahwa informasi yang tersimpan bisa diakses kapan pun dan melalui karakter apa pun.
- d. Interaksi (*interactivity*). Pengguna bisa berinteraksi, baik diantara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.
- e. Simulasi sosial (*simulation of society*). Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa ada batasan-batasan.
- f. Konten oleh pengguna (*user generated content*). Konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena-fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mendeskripsikan bagaimana pola komunikasi organisasi di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta melalui media *WhatsApp*.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini yakni pimpinan dan karyawan di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta. Sedangkan objek penelitian ini adalah pola komunikasi organisasi melalui media *WhatsApp* yang terdiri dari:

- a. Komunikasi Informatif dan regulatif pada komunikasi antarpersonal dalam:
  1. Arus Vertikal.
  2. Arus Horizontal.
- b. Komunikasi informatif dan regulatif pada komunikasi kelompok dalam:
  1. Arus Vertikal.
  2. Arus Horizontal.

## 3. Sumber Data

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari observasi dan wawancara di lapangan secara mendalam kepada beberapa informan kunci atau subjek penelitian serta pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah pimpinan dan karyawan di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta.

#### b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen serta arsip-arsip yang dimiliki pihak Yatim Mandiri Yogyakarta. Berupa arsip tertulis, literature, foto-foto mengenai informasi yang berkaitan dengan penelitian.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Wawancara atau sering juga disebut interview merupakan bentuk komunikasi antara dua orang dengan berhadapan dengan informan untuk mengumpulkan data dan informasi.<sup>25</sup> Wawancara dilakukan untuk mendapat informasi yang tidak diperoleh dari observasi. Dalam wawancara ini peneliti akan melakukan wawancara dengan berbagai sumber. Diantaranya adalah pimpinan dan karyawan di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Yogyakarta.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak diperoleh dengan wawancara atau observasi. Teknik ditujukan kepada subyek penelitian melalui dokumen-dokumen berupa literatur yang berkaitan dengan penelitian seperti buku, skripsi, laporan kerja, catatan harian, memorial, klipping, dokumen lembaga, data di server, website, arsip yang berkaitan dengan tersebut.<sup>26</sup> Teknik ini bertujuan untuk menjadikan penelitian ini lengkap dan valid.

---

<sup>25</sup> Djunaidy Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 176.

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 199.

## 5. Metode Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman menyatakan bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang selalu disusun dalam sebuah teks kemudian dideskripsikan. Untuk memproses analisis data, dapat melalui tiga proses,<sup>27</sup> yaitu:

### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian yang berjalan dari awal sampai akhir penelitian sampai lengkap dan tersusun. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang berfungsi menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasi sehingga interpretasi dan kesimpulan bisa ditarik. Dalam penelitian ini peneliti membuat transkrip, dan membuat kata kunci setiap pertanyaan.

### b. Display Data

Merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beberapa jenis bentuk penyajian data antara lain matriks, grafik, jaringan, bagan dan sebagainya. Pada proses ini semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah dipahami. Dengan demikian, memudahkan peneliti melihat apa yang sedang terjadi dan menentukan

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm. 306.

kesimpulan dengan benar. Dalam penelitian ini peneliti membuat kutipan dalam bentuk pernyataan.

c. Penarikan Kesimpulan

Merupakan proses ketiga dari analisis data, pada tahap ini peneliti akan menganalisis, mendeskripsikan dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh melalui penelitian. Data-data tersebut dihubungkan dan dibandingkan satu sama lain sehingga mudah untuk ditarik kesimpulan secara tepat sehingga mampu menjawab permasalahan pada penelitian yang ada. Dalam penelitian ini peneliti mengkaitkan dengan kata kunci.

## 6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk pengecekan dan sebagai pembanding dari data itu. Di sini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dengan cara-cara sebagai berikut<sup>28</sup>:

- a. Membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan kenyataan yang dilakukan.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan dari rakyat biasa, berpendidikan, orang berada dan orang pemerintahan
- e. Membandingkan data hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan dengan penelitian

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm. 322-323.

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan penelitian ini, penulis menuangkan hasil penelitian ini dalam lima bab yaitu :

bab I Berisi pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Berisi tentang gambaran umum tentang Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Yogyakarta yang terdiri dari sejarah dan profil lembaga, visi, dan misi lembaga, grup *WhatsApp* Yatim Mandiri, struktur lembaga dan program kerja lembaga

Bab III Analisa hasil penelitian. Menjelaskan proses dan pola komunikasi organisasi di Lembaga Amil Zakat Nasional melalui Media *WhatsApp* Yatim Mandiri Yogyakarta.

Bab IV Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pola komunikasi organisasi di Yatim Mandiri Yogyakarta terdiri dari Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Antarpersonal dan Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Kelompok. Dalam hal ini pola komunikasi yang terjadi di *WhatsApp* melalui *chat* personal dan *chat* grup.

Dalam Komunikasi Antarpersonal, pimpinan maupun karyawan sangat jarang menggunakan *chat* personal, kecuali sifatnya penting dan tergantung pada informasinya. Karena *chat* melalui grup *WhatsApp* selalu bertumpuk dengan berbagai macam informasi. Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Antarpersonal terbagi menjadi tiga arus, seperti Arus dari Atasan ke Bawahan, Arus dari Bawahan ke Atasan, dan Arus yang Setara (Sesama Bawahan). Berdasarkan pemaparan tersebut, tidak semua informasi yang berkaitan dengan instruksi kerja, peraturan-peraturan, dan lain sebagainya, disampaikan melalui japri, akan tetapi ada yang disampaikan melalui *WhatsApp* grup.

Komunikasi Informatif dan regulatif dalam Komunikasi Kelompok terbagi menjadi tiga arus, seperti Arus dari Atasan ke Bawahan, Arus dari Bawahan ke Atasan, dan Arus yang Setara (Sesama Bawahan). Dengan adanya *WhatsApp* grup, tentunya memudahkan dalam menyampaikan beragam informasi kepada para karyawan kapanpun dan dimanapun Kepala Cabang berada.



## **B. Saran**

1. Secara praktis, dapat menjadi masukan bagi pihak Yatim Mandiri Yogyakarta khususnya tentang pola komunikasi organisasi di *WhatsApp*. Dengan adanya penelitian ini semoga karyawan tetap nyaman dalam melaksanakan pola komunikasi dari pimpinan kepada karyawan sehingga menciptakan lingkungan organisasi yang baik.
2. Secara akademis, penelitian ini dapat memberi masukan, menambah bahan penelitian, bahan referensi, serta sumber bacaan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Peneliti berharap penelitian dapat berlanjut mengenai pola komunikasi yang terdiri dari komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi sesama bawahan pada suatu organisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Effendi, Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Muhamad, Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Ghalia Indonesia, 2004.
- Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Richard West, Lynn h. turner, *Pengantar Teori Komunikasi: analisis dan komunikasi*, Jakarta: PT. Salemba Humanika, 2008.
- Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remadja Rosda Karya, 1985.
- Ruliana, Poppy, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.

Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.

Nanang Mizwar Hasyim, Modul dan Bahan Ajar, *Komunkasi Organisasi*.

### **Rujukan Skripsi dan Jurnal**

Muzawwir Kholiq, *Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus: Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Radio Kota Perak Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2010).

Ryskita Rahmansari, *Penggunaan Aplikasi Whatsapp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo*, Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial. Vol. 1 No. 2 Tahun 2017.

Ririn Gustiwati, *Pola Komunikasi Antara Pimpinan dan Staf di Yayasan Wakaf Khadijah Aisyah Pasangarahan Jakarta Selatan*, Skripsi (Jakarta: Jurusan KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013).

## **Rujukan Internet**

Aplikasi Pesan Populer,

<https://tirto.id/WhatsApp-aplikasi-pesan-paling-populer-di-dunia-9ix>,

diakses pada tanggal 19 November 2018.

Komunikasi yang Efektif,

[https://www.academia.edu/7686910/PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI AKADEMI BERBAGI NASIONAL](https://www.academia.edu/7686910/PENGGUNAAN_MEDIA_SOSIAL_DALAM_KOMUNIKASI_ORGANISASI_AKADEMI_BERBAGI_NASIONAL),

diakses pada tanggal 20 November 2018.

Profil Yatim Mandiri,

<http://yatimmandiri.org/profil.php>, diakses pada tanggal 23 Januari.

Program Yatim Mandiri,

<http://yatimmandiri.org/pendidikan.php>, diakses pada tanggal 14 Januari 2019.

Sejarah Yatim Mandiri,

<http://yatimmandiri.org/profil.php>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019.

Teori Informasi Organisasi,

<https://www.kompasiana.com/rakhmirusdiani/55288282f17e61f5578b4624/teori->

[informasi-organisasi](https://www.kompasiana.com/rakhmirusdiani/55288282f17e61f5578b4624/teori-informasi-organisasi), diakses pada tanggal 20 November 2018.