

**PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KINERJA KARYAWAN  
DI CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA**



**Disusun Oleh:**  
**Nama:** FATKHI ABDIE ROYAN  
**No Mahasiswa:** 19211017  
**Program Studi:** Manajemen

**Program Studi Manajemen Program Diploma III  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia  
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KINERJA KARYAWAN**  
**Di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA**



**Disusun Oleh:**

**Nama** : FATKHI ABDIE ROYAN  
**No Mahasiswa** : 19211017  
**Program Studi** : Manajemen

Dosen pembimbing

Kaprodi

Rr. Siti Muslikhah, S.E., M. Sc.



Dra. Sri Mulyati, M.Si

Dosen penguji I

Dosen penguji II

Sukardi, SE., M.Si

Rr. Siti Muslikhah, S.E., M. Sc.

# PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Ringroad Utara, Comleg Catur, Depok  
Sleman, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 883037, 885376;  
F. (0274) 882589  
E. [fe@uii.ac.id](mailto:fe@uii.ac.id)  
W. [fecon.uin.ac.id](http://fecon.uin.ac.id)

## SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No. : 721/Ka.Div/10/Div.PP/VII/2022

*Bismillaahirrahmaanirrahiim.*

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Fatkh Abdie Royan**  
Nomor Mahasiswa : **19211017**  
Dosen Pembimbing : **Rr. Siti Muslikah, S.E., M. Sc.**  
Program Studi : **Manajemen Program Diploma III**  
Judul Karya Ilmiah : **Peranan Komunikasi Organisasi Pada Kinerja Karyawan Di CV Mubarakfood Cipta Delicia**  
Nomor Hp : **081326187831**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **19% (Sembilan belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr. Wb*

Yogyakarta, 01 Juli 2022

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan



Bambang Hermawan, S.Si

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas selesainya makalah tugas akhir saya yang berjudul ‘PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA’. Atas dukungan moral dan materi dalam penyusunan makalah ini. Saya selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang tak kenal lelah memberikan dukungan secara moral maupun materi.
2. Seluruh dosen D3 Manajemen yang telah sabar dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan terkhusus bagi Ibu Rr Siti Muslikah selaku dosen pembimbing TA yang selalu sabar dalam membimbing selama bimbingan TA.
3. Cipta, Brina, Naufal, Mitha, Sandy, Mira dan seluruh teman saya yang selalu menghibur saya selama saya melaksanakan kegiatan Magang.
4. Seluruh karyawan MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA yang ikut melancarkan proses magang saya selama 12 minggu.
5. Mas Jungkok, mbak Kaysya Loavronka, mbak Dere, mas Kunto Aji, Mas Tulus, Mbak Rose yang menciptakan dan menyanyikan lagu-lagu yang memberikan inspirasi dan semangat untuk terus bergerak maju untuk menggapai cita-cita.

### **Abstract**

artikel ini akan membahas tentang elemen yang sangat penting dalam organisasi yaitu komunikasi organisasi, apakah komunikasi organisasi ini akan berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan dari. apakah komunikasi organisasi yang dilakukan sudah benar sesuai dengan regulasi dalam organisasi dan juga apakah komunikasi organisasi yang dilakukan sudah tersampaikan dengan baik dan benar sehingga berdampak positif atau tepat sasaran sesuai tujuan komunikator. Atau bahkan terkendala sehingga informasi tidak tersampaikan dengan benar dan terjadi dampak negatif terhadap perubahan sikap dan feedback yang negatif. Metode penelitian akan menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara melakukan observasi pada CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA pada semua aspek organisasi yaitu dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan juga sumber daya manusia/personalia. saya dalam kesempatan kali ini juga membagikan kuesioner yang ditujukan pada 60 responden yaitu karyawan yang sedang bekerja di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA dari segala usia dan semua divisi. Tujuan dari artikel kali ini adalah Mampu menjelaskan peranan komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA. dan Mampu menjelaskan seberapa besar peranan ketidakjelasan informasi saat komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA. Setelah melakukan kegiatan magang saya mendapatkan hasil yaitu penerapan komunikasi Mubarakfood Cipta Delicia secara vertical dan horizontal dan juga komunikasi di internal perusahaan dan eksternal perusahaan sudah bisa dilaksanakan dengan baik sehingga kinerja karyawan dapat

terbilang baik karena informasi yang disampaikan secara jelas dan melalui leher komunikasi yang telah ditentukan sehingga kinerja karyawan dapat dikategorikan baik dan juga disimpulkan bahwa informasi organisasi berperan penting terhadap kinerja karyawan CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA. Ditinjau dari teori bales (1950) yang memaparkan tentang masalah komunikasi, masalah evaluasi, masalah pengawasan masalah keputusan, ketegangan dan dramatisasi yang pernah terjadi di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi saat komunikasi organisasi menimbulkan kinerja karyawan terhambat, yang menimbulkan penyimpangan ataupun keterlambatan penyelesaian tugas

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstract.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Target Magang.....	4
1.4 Bidang Magang.....	5
1.5 Lokasi Magang.....	5
1.6 Jadwal Magang.....	5
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	6
BAB II.....	8

LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.1.1 Konsep dan Definisi Komunikasi.....	8
2.1.2 Tujuan Komunikasi .....	9
2.1.3 Jenis-Jenis Komunikasi.....	10
2.1.4 Proses Komunikasi .....	16
2.2 Organisasi.....	19
2.2.1 Definisi Organisasi .....	19
2.2.2 Unsur Organisasi .....	21
2.2.3 Ciri-ciri Organisasi .....	22
2.2.4 Prinsip-Prinsip Organisasi .....	22
2.3 Komunikasi Organisasi .....	24
2.3.1 Birokrasi Organisasi .....	27
2.3.2 Informasi Organisasi .....	29
2.3.3 Interaksi Organisasi.....	32
2.3.4 Jaringan Organisasi .....	35
2.3.5 Struktur Organisasi.....	37
2.3.6 Sistem Manajemen Organisasi.....	39
2.3.7 Pengawasan.....	41
2.3.8 Demokrasi Organisasi.....	44



2.3.9 Budaya Organisasi.....	48
2.4 Kineja.....	51
2.4.1 Faktor-Faktor Penting Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan....	52
BAB III .....	54
ANALISIS DESKRIPTIF.....	54
3.1 Data Umum.....	54
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	54
3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	58
3.1.3 Struktur Organisasi.....	59
3.1.4 Deskripsi Jabatan.....	61
3.2 Data Khusus.....	65
3.2.1 Peranan Komunikasi Pada Kinerja Karyawan .....	65
3.1.5 Peranan Ketidakjelasan Informasi Saat Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan.....	87
BAB IV .....	91
Kesimpulan dan Saran .....	91
4.1 Kesimpulan.....	91
4.2 Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	93

Lampiran 1: surat keterangan magang ..... 93

Lampiran 2: SOP pengambilan jenang ..... 94

Lampiran 3: SOP pembantu Komunikasi Organisasi ..... 95

Lampiran 4: surat pernyataan keaslian tugas akhir..... 97



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Pada MCD.....	60
Gambar 3. 3 Alur komunikasi Internal Pemasaran dan Produksi .....	70
Gambar 3. 4 Hasil Kuesioner Pernyataan 1 Komunikasi Organisasi.....	72
Gambar 3. 5 Hasil kuesioner pernyataan 2 Komunikasi Organisasi.....	73
Gambar 3. 6 Hasil Kuesioner Pernyataan 3 komunikasi Organisasi.....	73
Gambar 3. 7 Hasil Kuesioner Pernyataan 4 Komunikasi Organisasi.....	74
Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner Pernyataan 5 komunikasi Organisasi.....	75
Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner Pernyataan 6 Komunikasi Organisasi.....	75
Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner Pernyataan 1 Kinerja.....	76
Gambar 3. 11 Hasil Kuesioner Pernyataan 2 Kinerja.....	77
Gambar 3. 12 Hasil Kuesioner Pernyataan 3 kinerja.....	77
Gambar 3. 13 Hasil Kuesioner Pernyataan 4 kinerja.....	78
Gambar 3. 14 Hasil Kuesioner Pernyataan 5 Kinerja.....	78
Gambar 3. 15 Hasil Kuesioner Pernyataan 6 Kinerja.....	79
Gambar 3. 16 Hasil Kuesioner Pernyataan 7 Kinerja.....	80
Gambar 3. 17 Hasil Kuesioner Pernyataan 8 Kinerja.....	80
Gambar 3. 18 Hasil Kuesioner Pernyataan 9 Kinerja.....	81
Gambar 3. 19 Hasil Kuesioner Pernyataan 10 Kinerja.....	82
Gambar 3. 20 Alur Komunikasi Kunjungan Perusahaan dan Kunjungan Museum .....	83

Gambar 3. 21 Alur Komunikasi Eksternal Penjualan Produk Titipan..... 85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Magang.....6



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Pada perkembangan organisasi saat ini orang-orang pasti akan berpikir bahwa organisasi adalah sekelompok individu yang memiliki budaya, karakteristik, sikap, nilai, kemampuan dan keahlian yang berbeda-beda, sehingga dalam suatu pekerjaan mereka harus menjalin hubungan karena memang pada dasarnya manusia adalah manusia sosial yang memang harus membutuhkan pertolongan orang lain untuk mencapai sebuah tujuan bersama, bahkan dalam kehidupan sehari-hari kita berada di dalam organisasi rukun tetangga yang memang menjalin hubungan dan saling membantu satu sama lain dalam berbagai hal.

Dalam sebuah organisasi memerlukan sebuah keterikatan yang mengharuskan berinteraksi antar individu dalam mengerjakan sebuah kegiatan dan mempunyai tujuan yang sama, maka dalam organisasi diperlukan kegiatan yang memudahkan tujuan itu tercapai. Salah satunya adalah komunikasi yang dilakukan antar anggotanya untuk menyamakan pemikiran antar individu untuk mencapai tujuan yang telah disepakati, sehingga akan terwujud dengan kerjasama yang baik antar individu yang memiliki perbedaan budaya, karakteristik, nilai, kemampuan dan keahliannya.

Komunikasi sudah dilakukan oleh manusia sejak lahir yaitu dengan menangis atau gerakan-gerakan tubuh. Semakin bertambahnya usia komunikasi semakin berkembang dengan cara verbal maupun non-verbal. Secara umum komunikasi di artikan sebagai suatu

kegiatan manusia untuk saling mengerti dan memahami suatu pesan yang disampaikan seseorang (*komunikator*) kepada orang lain (*komunikan*) atau komunikasi bisa dikatakan juga sebagai proses pengoperan pesan dari individu ke individu lain, individu ke kelompok kecil (*small group*) atau kelompok besar (*large group*) (Oktarina & Abdullah, 2017). Dikalangan masyarakat, mahasiswa, tempat kuliah, perusahaan atau tempat bekerja jika tidak ada komunikasi maka akan kesulitan dalam mengerjakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang sama. komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah (Goldhaber, 1993).

Kinerja karyawan adalah hasil kerja seseorang dalam keseluruhan yang ditunjukkan dengan bukti secara kongkrit (Sadarmayanti, 2011). Setiap orang yang bekerja atau berada di dalam kelompok kerja pasti menginginkan hasil kerja yang memuaskan dengan hasil seperti yang diharapkan oleh orang tersebut atau kelompok kerja tersebut. Untuk bisa mencapai hasil yang diharapkan sesuai yang diinginkan seseorang atau organisasi kerja maka bisa diawali dengan menetapkan tujuan yang kemudian merencanakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut dengan didukung dengan keahlian yang dimiliki setiap individu dalam organisasi.

Komunikasi di dalam dunia kerja juga sangat di butuhkan terutama antara karyawan dan pimpinan perusahaan tersebut, apabila perusahaan tersebut menjalin komunikasi yang baik maka setiap individu di dalam perusahaan akan mengerti tugasnya dan menjalankan tugasnya masing-masing dengan baik dan benar sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Agar penyampaian informasi tersampaikan dengan baik dari semua lini organisasi maka informasi tersebut harus disampaikan melalui struktur organisasi yang telah

ditentukan dan tidak boleh melewatkan salah atau beberapa leher komunikasi dalam organisasi. Saat komunikasi organisasi ini dilakukan butuh transmisi data atau keterampilan tertentu dari pengirim dan penerima informasi. Keterampilan tersebut meliputi ketrampilan membaca, menulis, mendengar, berbicara dan lain-lain. Dengan keterampilan tersebut akan berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian informasi. Untuk menjadi seorang manajer diperlukan keterampilan tersebut walaupun dalam ukuran yang berbeda. Maka sebagai manajer harus bisa berkomunikasi efektif di dalam organisasi. komunikasi organisasi merupakan sebuah proses penyampaian dan penerimaan pesan dalam sebuah organisasi tertentu (Wiryanto, 2006).

Dalam perusahaan komunikasi organisasi merupakan satu faktor untuk meningkatkan kinerja karyawan, apabila kinerja karyawan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan maka kinerja perusahaan juga akan baik atau memuaskan. Ada beberapa model komunikasi dalam organisasi seperti *Upward Communication*, yaitu komunikasi dari bawahan kepada atasannya. *Horizontal Komunikasi*, yaitu komunikasi antar karyawan atau bagian-bagian yang memiliki kedudukan setara. *Interline komunikasi*, yaitu komunikasi bertukar informasi dengan Batasan-batasan disetiap bagian bagianya (Zahira, 2020).

Jika penyampaian informasi tidak berjalan dengan baik dan benar atau pesan tidak bisa diterima dengan baik maka yang akan terjadi adalah kurangnya pemahaman terhadap fungsi-fungsi tugas pegawai yang harus dipertanggung jawabkan. Sehingga akan berakibat terhadap pegawai yang mengemban tugas-tugas dari perusahaan, akibatnya akan mempengaruhi pada kinerja karyawan dan akan mengalami penurunan kinerja.

Pada CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA ada beberapa informasi yang diterima oleh bawahan/penerima kuraang tepat pada sasaran, sehingga tidak sesuai dengan



yang diinginkan oleh pemberi pesan/*komunikator*. Salah satunya yaitu ada beberapa karyawan di dalam beberapa level yang berbeda sering salah mengartikan antara hak, kewajiban, peran dan toleransi dari perusahaan, hal ini disebabkan salah satunya dengan komunikasi organisasi yang kurang baik, sehingga membuat penerima pesan kurang memahami pesan yang terkandung dalam komunikasi, kemudian yang mengakibatkan kinerja karyawan menurun karena tidak menjalankan tugas sesuai dengan harapan perusahaan atau kurang optimal dalam melakukan tugasnya sebagai seorang karyawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut saya tertarik melaksanakan magang di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA, dan menulis tugas Akhir dengan mengusung topik ***“PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KINERJA KARYAWAN DI CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA”***.

### **1.2 Tujuan Magang**

Berdasarkan dasar Tujuan Magang yang sudah dijelaskan, maka tujuan magang adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar peranan komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.
2. Mengetahui seberapa besar peranan ketidakjelasan informasi saat komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.

### **1.3 Target Magang**

Dari penjelasan di atas maka Target Magang yang ingin saya capai adalah

1. Mampu menjelaskan peranan komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.

2. Mampu menjelaskan seberapa besar peranan ketidakjelasan informasi saat komunikasi organisasi pada kinerja karyawan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.

#### 1.4 Bidang Magang

Magang dilaksanakan di Bidang SDM khususnya dibidang penyelia khususnya mempelajari komunikasi organisasi yang berpengaruh dengan kinerja karyawan.

#### 1.5 Lokasi Magang

Lokasi Magang akan dilaksanakan di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA yang beralamatkan di Jalan Sunan Muria 33 Kudus Lokasi dapat dilihat dalam gambar 1.1



*Sumber: Google Maps*

Gambar 1. 1 Lokasi Magang

#### 1.6 Jadwal Magang

Berikut adalah jadwal magang yang akan dilaksanakan selama 3 bulan/12 minggu di mulai pada tanggal 14 Maret 2022 sampai 13 Juni 2022. Jadwal magang dapat dilihat pada tabel 1.1

No	Keterangan	waktu pelaksanaan																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mencari tempat magang	■	■																		
2	Survey lokasi magang			■	■																
3	Bimbingan TOR					■	■	■	■												
4	Pelaksanaan magang							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
5	Penyusunan Laporan Magang									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
6	Ujian TA dan Kompetensi																	■	■	■	■

*Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Magang*

### 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Dalam penulisan laporan magang di rincikan secara garis besar menjadi 4(empat) bab:

#### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini merupakan pendahuluan dari penulisan laporan magang yang berisikan dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dan sistematika penulisan laporan magang.

#### **Bab II: Landasan teori**

Bab ini adalah bab yang berisikan dasar-dasar teori yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan magang yang dilaksanakan dan menguraikan teori yang merupakan sebagai acuan dalam kegiatan magang yang telah dilaksanakan

#### **Bab III: Analisis deskriptif**

Bab ini adalah bab yang di dalamnya berisi uraian mengenai pembahasan dan juga analisis data yang diperoleh selama proses kegiatan magang. Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum dari CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA. Selain itu pembahasan akan di fokuskan mengenai pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan, memahami pengaruh seberapa besar dampak dari komunikasi organisasi dan memahami siklus komunikasi organisasi di internal perusahaan maupun dengan eksternal perusahaan.

#### **Bab IV: Kesimpulan dan saran**

Bab ini merupakan bab penutup dari penulisan laporan tugas akhir yang menjabarkan tentang kesimpulan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA dan saran-saran yang membangun dan memajukan CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Konsep dan Definisi Komunikasi

Komunikasi ialah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lain. Yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Everett M & Kincaid, 1981). Komunikasi adalah proses tranmisi, informasi, gagasan, ketrampilan dan lain-lain menggunakan kata, angka, symbol, gambar dan lain sebagainya. (Bernard & Grey, 1964)

Komunikasi adalah proses penerimaan sebuah informasi seseorang (*komunikator*) kepada penerima informasi (*komunikan*) dengan tujuan pesan yang di sampaikan bisa dipahami dan dimengerti melalui ungkapan kata, angka, symbol, gambar dan lain sebagainya. Sehingga pesan yang disampaikan bisa di terima dan diberikan tindak lanjut yang sesuai dengan keinginan *komunikator*.

Dari paparan di atas menyatakan bahwa komunikasi dapat dilakukan dengan *symbol-symbol* Verbal maupun non-verbal. Alhasil *symbol* tersebut bisa diterima dengan baik oleh *komunikan* sesuai dengan harapan *komunikator*.

Dari uraian di atas bahwa komunikasi adalah cara seseorang (*komunikator*) menyampaikan pesan terhadap penerima pesan (*komunikan*) secara menyeluruh dan dengan cara yang berbeda-beda dengan tujuan agar *komunikan* dapat memahami isi dari pesan tersebut, sehingga pesan tersebut bisa mendapatkan timbal balik/*feedback* dari *komunikan* berupa tindakan-tindakan tertentu.

### 2.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi menurut onong Uchjayane dalam bukunya yang berjudul Ilmu, dan filasafat komunikasi (2003), mambegi menjadi 4 (empat) tujuan komunikasi, yaitu:

#### 1. Menyampaikan Informasi

Komunikasi memungkinkan manusia menyampaikan informasi, bahkan informasi masal yang di sampaikan melalui televisi ataupun radio bahkan informasi yang bersifat pribadi disampaikan secara langsung ataupun melewati media sosial.

#### 2. Mendidik

manusia tumbuh menjadi seseorang yang berbudi pekerti yang luhur karena pendidikan melewati komunikasi, saat bayi ibu akan berkomunikasi dengan bayi sehingga bayi akan paham tentang bahasa. Kegiatan ini akan berlanjut hingga masa sekolah, prguruan tinggi, bekerja dan saat bersosialisasi dengan individu lainnya.

#### 3. Menghibur

Komunikasi bisa menjadi sarana untuk menghibur. Misalkan penyampaian rasa simpati seseorang pada orang lain yang sedang bersedih, buku motivasi, lagu yang berisikan lirik-lirik bersemangat, video motivasi dan sebagainya.

#### 4. Mempengaruhi

Komunikasi dapat mempengaruhi tindakan dan pemikiran seseorang sehingga lahirlah peribahasa “*Tak Kenal Maka Tak Sayang.*”

Peristiwa komunikasi dengan metode mengenal, misalkan sosialisasi terhadap “sadar akan kelestarian lingkungan hidup” adalah komunikasi untuk mempengaruhi seseorang agar sadar dengan kelestarian lingkungan hidup.

Tujuan komunikasi untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku dan social. Komunikasi dapat merubah sikap, pendapat dan perilaku hinggaa sosial seseorang, tergantung dengan informasi yang di berikan oleh pemberi komunikasi (*komunikator*). Sehingga pada dasarnya komunikasi bertujuan menyampaikan informasi yang dapat di mengerti oleh orang lain (*komunikan*). Kemudian informasi tersebut diharapkan menghasilkan umpan balik berupa perubahan positif dari si penerima informasi (*komunikan*).

### 2.1.3 Jenis-Jenis Komunikasi

Diterangkan dalam sebuah jurnal yang ditulis oleh Fitria (2021) menyatakan bahwa komunikasi di klasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu:

#### 1. Komunikasi Berdasarkan Penyampaiannya

##### A. Komunikasi verbal

Komunikasi Verbal ialah komunikasi yang menggunakan bahasa dalam bentuk ucapan/lisan yang bertujuan untuk bertukar informasi, contoh komunikasi verbal antara lain berbincang tatap muka, bernbincang melalui telepon pengumuman menggunakan pengeras suara, hingga berpidato dalam suatu acara.

##### B. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa dalam bentuk bukan lisan. Contoh komunikasi non-verbal antara lain komunikasi yang menggunakan tulisan seperti surat menyurat, membaca buku, Koran, majalah juga website. Bahasa isyarat juga merupakan dari komunikasi non verbal karena tidak menggunakan bahasa dalam bentuk lisan seperti ketika mata berkedip dengan tajam maka ada hal yang harus di hentikan dari sebuah pembicaraan atau ketika kita di tawari sesuatu dan kita menggelengkan kepala maka itu berarti sebuah penolakan.

## 2. Komunikasi Berdasarkan Perilaku

Komunikasi berdasarkan perilaku dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu:

### A. Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang tata cara dan strukturnya telah di atur dan ditetapkan.

Contohnya adalah seminar.

### B. Komunikasi Informal

Komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang tidak terstruktur dalam organisasi dan tidak memiliki kesaksian resmi dalam sebuah organisasi. Contohnya seperti kabar burung, desas-desus dan sebagainya.

### C. Komunikasi Nonformal

Komunikasi nonformal adalah komunikasi yang terjadi antara komunikasi yang bersifat formal dan informal, yaitu komunikasi yang berhubungan dengan tugas sebuah organisasi atau perusahaan dengan tugas yang bersifat pribadi



anggota organisasi atau perusahaan tersebut. Contohnya adalah perayaan ulang tahun perusahaan, acara memeriahkan hari kemerdekaan yang diadakan di perusahaan dan lain sebagainya.

### 3. Komunikasi Berdasarkan kelangsungannya

Komunikasi yang dibedakan berdasarkan kelangsungannya, antara lain:

#### A. Komunikasi Langsung

Komunikasi langsung adalah komunikasi yang bersifat langsung tidak adanya perantara orang ketiga ataupun media komunikasi, komunikasi ini tidak dibatasi dengan adanya jarak antara *komunikator* dan *komunikan*.

#### B. Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung adalah proses pengkomunikasian yang melalui alat-alat, media komunikasi atau pihak ketiga untuk menyampaikan informasinya. Contohnya perbincangan melalui telepon.

### 4. Komunikasi Berdasarkan Maksud Komunikasi

Dari maksud berkomunikasi dapat dibedakan menjadi berikut:

#### A. Berpidato

Berpidato bertujuan untuk meyakinkan pendengar agar mau mempercayai apa yang dikatakan, mendorong atau memberikan motivasi kepada pendengar agar pendengaran terbangkit emosinya memberikan informasi kepada khalayak ramai agar maksud dan tujuan diketahui oleh pendengar.

#### B. Memberi Ceramah

Tujuan memberi ceramah ada 3 (tiga), yaitu:

- a. Memberikan informasi (*informative*)

b. Mempengaruhi (*persuasive*)

c. Menghibur (*rekreatif*)

#### C. Wawancara

Tujuan wawancara adalah memperoleh informasi dari narasumber, wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber, kemudian akan mendapatkan jawaban dari narasumber sesuai dengan pertanyaan yang dilontarkan oleh pewawancara.

#### D. Memberikan Perintah Atau Tugas

Memberi perintah atau tugas bertujuan mengkomunikasikan sebuah tugas yang harus dikerjakan kepada komunikan dengan harapan mendapatkan *feedback* sebuah tindakan.

Dengan demikian inisiatif dari *komunikator* sangat berpengaruh pada hasil akhir dari sebuah tujuan pengkomunikasian.

### 5. Komunikasi Berdasarkan Ruang Lingkup

#### A. Komunikasi Internal

Komunikasi internal dapat dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

##### a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan dari orang yang mempunyai jabatan lebih tinggi kepada orang yang mempunyai jabatan dibawahnya. Contoh dari komunikasi vertikal seperti memberi pujian, memberi teguran, perintah dan lain sebagainya dari atasan kepada jabatan yang berada di bawahnya.

##### b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan diantara orang-orang yang memiliki kedudukan yang sama. Contohnya komunikasi antar anggota dalam suatu departement di perusahaan.

c. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang dilakukan di dalam sebuah organisasi/perusahaan diantara orang-orang yang memiliki kedudukan yang berbeda tetapi tidak dalam jalur vertikan atau tidak dalam satu departemen, sehingga keputusan-keputusan yang dibuat memiliki kewenangan untuk saling mempengaruhi.

B. Komunikasi Eksternal

Komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan dengan masyarakat diluar perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan, bantuan dan kerjasama dengan masyarakat. Komunikasi dengan pihak luar bisa berbentuk iklan, konfrensi pers, bakti social dan lain sebagainya.

C. Komunikasi Berdasarkan Jumlah Yang Berkomunikasi

a. Komunikasi Perseorangan

Komunikasi perseorangan adalah komunikasi yang dilakukan individu kepada individu dengan topik yang bersifat pribadi.

b. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan sebuah kelompok yang menyangkut permasalahan suatu kelompok, pembahasanya bersifat lebih terbuka di bandingkan dengan komunikasi perseorangan.

c. Komunikasi Antar Individu Pada Dua Kelompok Atau Lebih

Dalam komunikasi ini seorang individu dituntut menjadi perantara antara 2 kelompok sehingga dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang prima demi menciptakan tujuan yang selaras antara dua kelompok dan keharmonisan antara dua kelompok.

#### D. Komunikasi Berdasarkan Jaringan Kerja

Dalam sebuah perusahaan komunikasi akan ditetapkan dalam sebuah struktur jaringan kerja, yang dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu:

##### a. Komunikasi Kerja Rantai

Yaitu saluran komunikasi menurut saluran hierarki struktur perusahaan dengan jaringan komando sehingga mengikuti pola komunikasi secara formal.

##### b. Komunikasi Kerja Jaringan Lingkaran

Yaitu komunikasi yang berbentuk seperti pola lingkaran.

##### c. Komunikasi Kerja Jaringan Bintang

Saluran komunikasi yang melalui satu sentral sedangkan saluran dibawahnya yang dilalui lebih pendek.

#### E. Komunikasi berdasarkan Ajaran Informasi

##### a. Komunikasi Satu Arah

Yaitu komunikasi yang hanya memiliki satu arah saja (*one way communication*), contohnya seperti siaran berita di televisi dan radio.

##### b. Komunikasi Dua Arah

Komunikasi yang berjalan antara dua orang atau lebih dan bersifat timbal balik (*two ways communication*), contohnya saat bercakap-cakap antara dua orang atau lebih.

c. Komunikasi ke Atas

Komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

d. Komunikasi ke bawah

Komunikasi yang terjadi dari atasan kepada bawahan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

e. Komunikasi ke samping

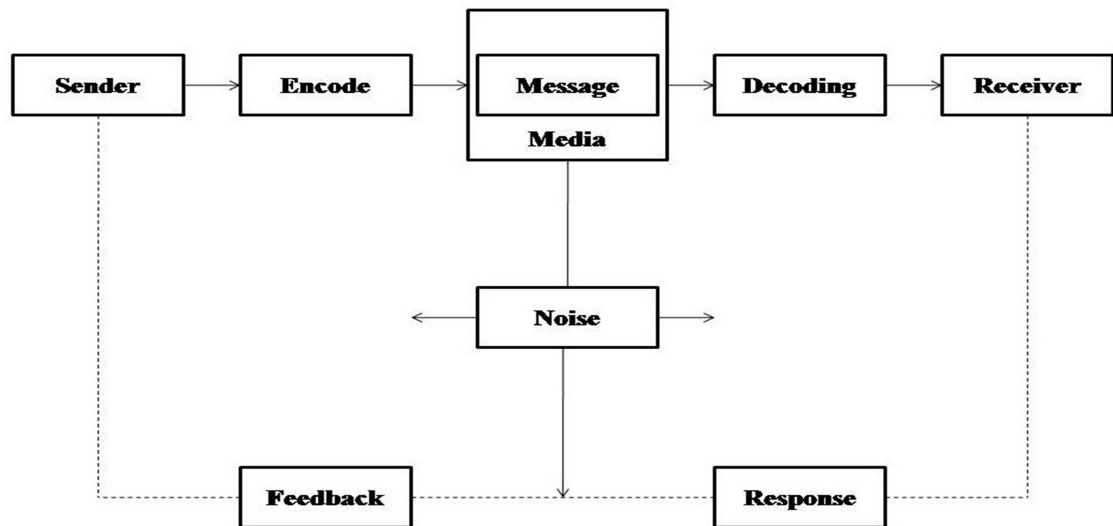
Komunikasi yang terjadi dari beberapa orang yang memiliki kedudukan yang sama.

#### 2.1.4 Proses Komunikasi

Dalam buku Komunikasi Organisasi yang ditulis oleh Dr. Irene Silviani (2020) menerangkan bahwa proses komunikasi dapat dilihat dari unsur-unsur yang terdapat yaitu berkaitan dengan siapa pengirimnya (komunikatornya), apa yang dikirimkan (pesan), perantara yang digunakan (media), ditujuakn kepada siapa (komunikan) dan apa yang ditimbulkan dari pesan yang dikirimkan (efek/*feedback*).

Dalam proses komunikasi seorang pengirim atau komunikator harus berusaha bagaimana caranya agar pesan atau gagasan yang dikirimkan bisa diterima oleh *komunikan* sesuai dengan apa yang yang dikehendaki *komunikator*. Proses komunikasi secara umum

dapat memberikan gambaran pada pengelola organisasi bagaimana mengelola sikap anggotanya ataupun *stakeholder* dalam desain dan implementasi komunikasi. Dalam hal ini sumber pesan atau pemberi komunikasi adalah individu ataupun organisasi. Sebagaimana dapat dilihat dalam gambar 2.1



Sumber: proses Komunikasi zonareferensi.com

**Gambar 2. 1 Bagan Proses Komunikasi**

Seperti yang dipetakan dalam gambar 2.1 bahwa sebelum pesan itu di sampaikan ada proses *encoding* atau penyandian yang menggunakan simbol-simbol yang menggambarkan pesan yang sesungguhnya yang ingin disampaikan oleh *komunikator*, ini adalah upaya *komunikator* dalam mengoptimalkan pesan tersampaikan kepada *komunikan* secara maksimal, sehingga *komunikan* dapat *menginterpretasikan* pesan tersebut.

Pesan yang akan disampaikan *komunikator* akan disampaikan melalui sarana atau media yang diterima sebagai simbol-simbol yang kemudian akan di olah kembali (*decoding*) menjadi bahasa yang dapat dimengerti sesuai dengan bahasa penerima sehingga pesan dapat dimengerti (*perceived message*).

Hasil akhir dari penerimaan pesan adalah adanya *feedback* atau perubahan sikap dari komunikan. Tetapi hasil ini akan dipengaruhi dengan konteks atau situasi yang sedang dirasakan oleh *komunikan*. Oleh karena itu tindakan atau perubahan yang akan terjadi selalu berdasarkan dengan perasaan seperti apa yang sedang dirasakan oleh *komunikan*. Adanya timbal balik pada komunikasi menandakan bahwa komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok penerima pesan bisa menjadi pengirim sekaligus penerima pesan dan saling berinteraksi satu sama lain, dengan adanya interaksi ini pengirim pesan dapat menilai sebaik apa pesan itu ditafsirkan dengan benar sesuai yang diinginkan oleh penerima pesan.

Di dalam proses komunikasi ada yang disebut dengan *noise* atau kegaduhan yang mana menunjukkan suatu hambatan yang mengganggu dalam proses komunikasi. Hambatan ini dapat dirasakan pada pengirim, saat proses komunikasi, penerima maupun umpan balik dari komunikasi dengan kata lain hambatan bisa terjadi pada seluruh elemen komunikasi yang menghambat komunikasi efektif.

Dalam sebuah jurnal yang dikemukakan oleh Wright dan Lynch Jr (1995). Mengklasifikasikan gangguan menjadi 4 (empat), yaitu:

1. Gangguan

Gangguan dapat berupa gangguan mekanik atau *semantic*

- a. Gangguan mekanik adalah gangguan pada media yang digunakan yang bersifat fisik.
- b. Gangguan semantic adalah gangguan yang berhubungan dengan pesan komunikasi, sehingga dapat merubah arti pesan saat diterima dengan maksud awal pesan tersebut.

2. Kepentingan

Seseorang akan hanya memperhatikan pesan yang ada hubungan denganya, kepentingan tidak hanya akan mempengaruhi perhatian saja tetapi juga akan mempengaruhi pada daya tangkap, perasaan, pikiran dan tingkah laku.

### 3. Motivasi

Pesan dapat tersampaikan dengan baik apabila pesan dapat diterima sejalan dengan motivasi penerima.

### 4. Prasangka

Seseorang yang memiliki prasangka terhadap pemberi pesan dapat mempengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan. Apabila penerima pesan memiliki prasangka terhadap pengirim pesan maka penerima pesan akan mengambil kesimpulan dengan emosinya, mengesampingkan keputusan secara rasional.

## 2.2 Organisasi

### 2.2.1 Definisi Organisasi

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu hidup bersama atau bermasyarakat, tetapi dengan keterbatasan kemampuan setiap individu membuat semua orang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dan mendirikan organisasi sebagai bentuk kerjasama mereka dalam mencapai tujuan bersama.

Secara langsung maupun tidak langsung kita sering masuk di dalam organisasi yang ada di dalam lingkungan pendidikan maupun masyarakat, sebagai contoh kita saat masih menempuh pendidikan di tingkat SMP atau SMU itu termasuk kita masuk ke dalam sebuah organisasi pendidikan yang bertujuan mendapatkan gelar atau pembelajaran ilmu secara



*hard skill*, contoh lagi kita bermasyarakat mengenal individu yang disebut sebagai ketua RT atau ketua RW yang akan menjembatani keseharian kita dengan dengan aparatur Negara setempat, ini termasuk hidup dalam organisasi secara langsung maupun tidak langsung, secara sadar atau tidak sadar.

Ada banyak sekali definisi organisasi yang diutarakan oleh beberapa ahli, berikut beberapa definisi organisasi menurut para ahli:

1. Janu Murdiyatomoko (2007)

Organisasi adalah satu system social yang mempunyai jati diri kolektif dengan cara yang tegas, program kerja yang pasti, prosedur dan langkah-langkah dalam bekerja yang pasti.

2. Louis A. Allen (1958)

kami dapat merumuskan organisasi sebagai proses menetapkan dan mengelompokan pekerjaan yang akan dilakukan, merumuskan serta melimpahkan tanggung jawab dan wewenang, dan mneyusun hubungan-hubungan dengan maksud untuk memungkinkan orang-orang bekerjasama paling efektif dalam emnacapai tujuan-tujuan bersama.

3. March & Simon (1958)

Organisasi afalah himpunan-himpunan saling pengaruh manusia dan mereka merupakan himpunan-himpunan paling luas di dalam masyarakat kita yang memiliki sesuatu yang sama system koordinasi pusat.

Masih ada banyak sekali pengertian organisasi menurut para ahli di bidang organisasi, tetapi dari sekian banyak pengertian yang dikemukakan ada 3 (tiga) kesamaan yang pasti ada di dalam pengertian organisasi (Silviani, 2020), yaitu:

1. Organisasi adalah sistem yang mana manusia sama terjalin satu sama lain yang memberikan kemanfaatan satu sama lain.
2. Organisasi adalah kerangka kerja bagi manajemen dalam bekerja. Artinya organisasi adalah wadah, lembaga atau kelompok fungsional ketika bekerja berlangsung. Organisasi bisa dikatakan semacam peta (*road-map*) bagi manajemen atau dan anggotanya dalam mencapai tujuan.
3. Organisasi adalah strategi kompleks yang melibatkan manusia didesain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga organisasi merupakan wadah dimana sekumpulan orang diarahkan untuk tujuan-tujuan spesifik organisasi. Semakin lama organisasi berdiri maka semakin kompleks hubungan antara manusia dan peralatan di dalamnya.

### 2.2.2 Unsur Organisasi

Menurut Morissan (2020) organisasi memiliki 3 (tiga) unsur pasti di dalamnya yaitu orang-orang di dalamnya, tujuan yang pasti dan struktur organisasi yang jelas, sehingga organisasi memiliki 3 tujuan pasti di dalamnya, yaitu:

1. Sebagai wadah bagi orang-orang untuk mencapai tujuan
2. Sebagai wadah bagi orang-orang untuk membangun perilaku dan budaya organisasi.
3. Sebagai wadah untuk mencapai sasaran yang sulit dicapai seorang diri.

Dan akhirnya orang-orang akan membentuk sebuah struktur yang kompleks dalam sebuah organisasi demi mencapai tujuan dalam organisasi.

### 2.2.3 Ciri-ciri Organisasi

Setiap organisasi pada umumnya memiliki karakteristik organisasi sendiri, sehingga tidak bisa menyamakan karakteristik organisasi satu dengan yang lain, tetapi setiap organisasi akan memiliki ciri dasar yang sama seperti yang dijabarkan oleh Edgar H (2004), yaitu:

1. Koordinasi upaya.
2. Tujuan umum bersama.
3. Pembagian kerja.
4. Hierarki otoritas.

Sehingga menjadi ciri-ciri sebuah organisasi dalam menjalankan sebuah kegiatan sebagai berikut:

1. Terdiri dari dua orang, dan jumlah terbanyak tak terbatas.
2. Setiap individu memiliki tugas, tanggung jawab dan wewenang masing-masing.
3. Memiliki struktur organisasi yang menguraikan posisi, tanggung jawab dan tugas kerja.
4. Ada fasilitas ruangan untuk mengadakan pertemuan membahas seputar organisasi.
5. Cakupan wilayah kegiatan operasional yang jelas.
6. Organisasi memiliki tujuan yang ingin dicapai.

### 2.2.4 Prinsip-Prinsip Organisasi

Morison (2020) menerangkan bahwa Prinsip-prinsip organisasi secara umum di jabarkan sebagai berikut:

1. Keterbukaan

Keterbukaan yang dimaksud adalah organisasi terbuka untuk bekerja sama dengan pihak manapun, dengan catatan organisasi dengan yang lain saling menghormati dan saling menguntungkan. Kemudian kegiatan-kegiatan organisasi yang diketahui oleh masyarakat luas sehingga tidak dinilai sebagai organisasi terlarang. Pihak-pihak yang terdapat dalam organisasi saling terbuka tentang pendapat mereka dan setiap ada kesalahan dalam organisasi tidak boleh ditutup-tutupi oleh oknum-oknum tertentu.

## 2. Kebersamaan

Pimpinan, anggota dan seluruh pemangku kepentingan saling bersama-sama bertanggung jawab terhadap keberlangsungan tujuan organisasi tercapai dengan mudah. Kebersamaan berarti adalah semua masalah dan kendala dapat terselesaikan dengan cepat. Jika hasil yang dicapai memuaskan maka semua anggota yang akan merasa bangga, sedangkan hasil mengecewakan semua anggota juga akan merasa bersalah akan tindakan-tindakan yang diambil sebagai kontribusi dalam menyelesaikan masalah.

## 3. Keberlangsungan

Organisasi pada dasarnya ingin terus berjalan tanpa batas waktu tertentu, tetapi untuk mempertahankan eksistensi organisasi ditengan masyarakat organisasi harus bersiap dengan segala kemungkinan gangguan yang akan mengganggu keberlangsungan organisasi seperti persaingan, perkembangan zaman, perilaku masyarakat yang berubah dsb. Oleh karena itu organisasi harus terus berinovasi dan kinerja untuk menempatkan diri dalam situasi dan kondisi yang berubah, sebagai

contoh dalam masa industri 4.0 organisasi harus membuat inovasi dan membiasakan diri dengan teknologi modern serba digital.

### 2.3 Komunikasi Organisasi

Organisasi terbentuk karena adanya komunikasi, ketika individu di dalamnya saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan individu dan tujuan bersama. Proses komunikasi yang terjadi di dalamnya akan menghasilkan berbagai hal seperti kewenangan, terciptanya peran, adanya jaringan komunikasi dan iklim organisasi (Morisson, 2020)

Banyak aspek tentang komunikasi organisasi, tetapi dari sekian banyak sudut pandang akan mengerucut pada 5 aspek komunikasi organisasi, yaitu:

1. Organisasi diciptakan melalui komunikasi.
2. Kegiatan organisasi berfungsi untuk mencapai tujuan individu dan bersama.
3. Kegiatan komunikasi dalam organisasi mempengaruhi pola-pola yang mempengaruhi kehidupan organisasi.
4. Proses komunikasi menciptakan karakter dan budaya organisasi.
5. Pola penguasaan dan pengawasan dalam komunikasi organisasi menghilangkan dan menciptakan hambatan.

Organisasi Diciptakan Melalui Komunikasi. Komunikasi bukan hanya sebuah instrument atau alat untuk berinteraksi tetapi komunikasi adalah medium yang menyebabkan adanya organisasi, maka organisasi yang kita lihat saat ini hanyalah sebagian gambaran kecil (*snapshot*) dari proses pembentukannya yang selalu berevolusi dari waktu ke waktu.

Komunikasi yang berlangsung antar individu adalah hal sangat penting dilakukan dan dilakukan terus menerus (*ongoing organizing process*). Misalnya cara-cara yang dilakukan seorang karyawan dalam menanggapi atasannya akan berbeda dengan sesama karyawan, hal ini akan menciptakan sebuah hubungan dengan kualitas tertentu yang memberikan kontribusi terhadap sifat organisasi.

Kegiatan organisasi berfungsi mencapai untuk mencapai tujuan individu dan bersama. Kegiatan organisasi memiliki tugas atau kerja. Begitu pula dengan individu di dalamnya yang memiliki tugas masing-masing dalam mencapai tujuan individu dan tujuan bersama. Individu yang dalam perusahaan biasanya mereka akan berpartisipasi di perusahaannya untuk mencapai tujuan yang penting bagi pribadinya, yang paling umum adalah untuk mendapatkan penghasilan, tetapi kita juga bisa mencapai tujuan-tujuan lainya selain penghasilan, seperti organisasi social atau organisasi keagamaan yang memberikan peluang pada anggotanya untuk mencapai tujuan-tujuan lainya.

Komunikasi dalam organisasi membantu anggota untuk mencapai tujuan pribadi, tetapi ini juga diarahkan bagi tujuan organisasi. Organisasi memiliki tujuan yang terkadang tujuan tersebut mendukung, bertentangan atau mengabaikan pada tujuan idnividu. Tujuan organisasi biasanya dituliskan dalam Visi dan Misi organisasi, tetapi ini hanya sebagian kecil dari tujuan individu yang sebenarnya.

Kegiatan komunikasi dalam organisasi menciptakan pola-pola yang memengaruhi kehidupan organisasi. Tema penting yang dikemukakan berbagai teori adalah komunikasi organisasi ini memiliki 2 wajah yang bertentangan. Wajah yang pertama adalah peran komunikasi yang membantu kita dalam mencapai tujuan. Wajah kedua adalah peran komunikasi yang menciptakan struktur dan fungsi yang mengorganisasi dan membatasi

kegiatan kita sekaligus membuat kita fokus dengan kegiatan kita. Setiap tindakan komunikasi memiliki tujuan, tetapi secara tidak sadar komunikasi-komunikasi tersebut akan mempengaruhi interaksi kita dengan orang lain dimasa depan.

Salah satu hasil dari komunikasi adalah struktur komunikasi, dalam artian adanya garis-garis komunikasi. Namun demikian, garis komunikasi hanyalah salah satu dari sekian banyak elemen dari komunikasi organisasi. Kita dapat melihat sebuah organisasi dari berbagai sisi, misalnya melalui siklus perilaku organisasi, iklim, identitas dan kontrol iklim dan hubungan kekuasaan dan masih banyak lainnya.

Proses komunikasi menciptakan karakter dan budaya organisasi. Sebagaimana manusia organisasi juga memiliki karakter, adanya budaya organisasi mengakui aspek manusia di dalam organisasi. Terpisah dari struktur kerja organisasi juga memiliki budaya, makna bersama sebagai ritual organisasi yang bersifat penting atau sakral. Tindakan manusia di dalam organisasi menggambarkan budaya organisasi tersebut. Dalam pandangan tradisional manajemen dipandang hanya sebagai proses rasional untuk memanipulasi berbagai hal untuk mencapai tujuan organisasi. Ditinjau dari budaya maka manajer tidak bisa mempengaruhi berbagai objek (seperti bahan dan mesin produksi) secara terpisah atau independen dari organisasi. Namun sebenarnya, objek hanya diketahui melalui makna budaya organisasi dan makna tersebut akan berubah dari satu organisasi ke organisasi lainya atau pada sub-organisasi ke sub-organisasi lainya.

Budaya organisasi tercermin dari proses kerja dan komunikasi organisasinya, dengan kata lain organisasi dalam membentuk struktur kerja (hambatan, proses pengawasan dan nilai-nilai yang didukung) hubungan informal dan gaya komunikasi yang muncul yang tidak

secara langsung berhubungan dengan kerja (rehat kopi, piknik, bersama, pesta dan hal lainnya yang tidak berhubungan dengan kerja) yang akan menciptakan budaya organisasi.

Pola penguasaan dan pengawasan dalam organisasi menghilangkan dan menciptakan hambatan. Manajer dapat memandang budaya sebagai salah satu variabel kecil yang ada dalam organisasi, yang terpenting adalah manajer memastikan tugas yang dilakukan oleh anggotanya dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan perusahaan. Hasil (*output*) dari interaksi organisasi adalah kekuasaan yang didapat setiap individu dalam organisasi tersebut kekuasaan diperlukan agar berbagai hal dapat terlaksana. Kekuasaan menyediakan struktur, mengurangi kebingungan dan ketidakpastian. Penguatan (*empowerment*) memungkinkan orang menggunakan sumberdaya pribadi dan kelompok untuk mencapai tujuan.

Berbagai teori demokrasi organisasi mengemukakan kritik mendalam tentang pendekatan struktur dan posisional atau pendekatan manajerial yang bersifat dari atas ke bawah (*top-down*) dalam pengawasan dalam rangka menekan konflik-konflik yang muncul. Teori organisasi meminta adanya dialog, partisipasi dan penghargaan terhadap konflik sebagai cara mendorong kehidupan organisasi yang melibatkan banyak individu di dalamnya.

### **2.3.1 Birokrasi Organisasi**

Organisasi memiliki sebuah sistem yang mengatur dirinya yang disebut sebagai birokrasi. Saat kita mendengar kata “birokrasi” yang terlintas di benak kita kebanyakan



adalah orang yang bekerja dengan lamban, kaki tidak fleksibel, banyak orang, banyak meja dan bahkan korup. Tetapi birokrasi yang sebenarnya adalah teori yang sangat efisien, mangagumkan dan dapat diandalkan dalam mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Weber (1947:254) organisasi adalah birokrasi, dan birokrasi tidak akan terwujud jika tidak mengandung 3 hal ini, yaitu:

1. Otoritas

Otoritas atau kewenangan biasanya muncul bersamaan dengan kekuasaan, tetapi pada organisasi kewenangan itu harus bersifat sah atau *legitimisme* yang berarti pemegang otoritas diberikan izin secara formal oleh organisasi (*authorized formally*) oleh organisasi.

Para manajer dalam perusahaan memiliki kekuasaan yang sah karena kelahiran, kecerdasan, kekuatan membujuk atau kekuatan fisik, itu dikarenakan organisasi memberikan kekuasaan tersebut.

2. Spesialisasi

Spesialisasi adalah sebagai kelompok orang dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan kemampuan mereka dalam melakukan pekerjaan tertentu dan mereka mengetahui akan pekerjaan mereka. Dalam lingkungan perusahaan karyawan adalah contoh yang pasti dalam spesialisasi, adanya *job description* memudahkan karyawan untuk mengetahui apa hak/kewenangan dan apa tanggung jawab mereka sebagai seorang individu yang hidup dalam sebuah organisasi.

3. Peraturan

Apa yang membuat koordinasi organisasi dimungkinkan adalah karena adanya pelaksanaan dan seperangkat aturan bersama yang mengatur perilaku setiap

orang dalam organisasi. Aturan dirancang untuk mencapai tujuan organisasi, maka aturannya yang diciptakan harus bersifat rasional dan tidak boleh memihak.

Selain ketiga factor diatas ada factor lain yang pada dasarnya merupakan tambahan penjelasan terhadap tiga factor yang dikemukakan tersebut. Birokrasi rasional hanya bisa dijalankan jika menempatkan manajer, yaitu orang-orang yang terpilih dan terlatih dibidangnya masing-masing pada seluruh tingkatan, adapun yang menduduki posisi puncak adalah orang yang pernah menerima rotasi jabatan, pernah ditempatkan dan bekerja pada berbagai bagian organisasi yang berbeda, agar mendapatkan pengalaman langsung menhadapi masalah yang akan dihadapi oleh bawahannya dimasa depan. Agar penunjukan manajer dapat mendirikan birokrasi rasional maka penunjukan harus berdasarkan dengan keunggulan atau kelebihan seseorang (*merit system*) dan bukan berdasarkan kesukaan semata (*favoritism*), dan mereka yang terpilih harus menjadikan pekerjaan sebagai karier utamanya.

### **2.3.2 Informasi Organisasi**

Teori informasi organisasi memiliki kedudukan penting dalam ilmu komunikasi karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau menorganisasi manusia dan memberikan pemikiran rasional dan memahami bagaimana manusia berorganisasi. Organisasi bukanlah struktur yang terdiri dari posisi dan peran tetapi merupakan kegiatan organisasi, sehingga sebutan yang lebih tepatnya adalah *organizing* atau mengorganisasi (yang menunjukkan proses) daripada *organization* atau organisasi karena organisasi tercipta dari proses komunikasi yang berkelanjutan (Wick, 1979).

Teori informasi organisasi menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang membingungkan dan multitafsir. Yang mana sebenarnya organisasi berada dalam satu lingkungan informasi dan pada setiap organisasi harus bisa meminimalisir ketidakpastian informasi.

Wick(1979) juga menerangkan bahwa dalam organisasi diterapkan strategi komunikasi dalam upaya mengurangi ketidakpastian yang ditimbulkan, yaitu:

#### 1. Siklus Perilaku

Ketika anggota organisasi melakukan interaksi satu sama lain di keseharian mereka, maka perilaku mereka ini akan menciptakan organisasi. Perilaku mereka berkaitan satu sama lain, upaya individu dalam mengurangi ketidakpastian maka mereka akan melakukan serangkaian “siklus perilaku komunikasi” yang biasa disingkat menjadi siklus komunikasi. Siklus komunikasi sering disebut dengan “rutinitas” kerja yang memungkinkan anggotanya melakukan klarifikasi terhadap hal-hal yang tidak jelas.

Siklus komunikasi dalam mengurangi ketidakpastian ada 3 (tiga) tahap, yaitu:

##### a. Aksi (*act*)

Suatu aksi yang mengacu pada pernyataan komunikasi yang disampaikan seseorang, pernyataan tersebut jika berdiri sendiri maka tidak berarti tetapi lain halnya jika pernyataan tersebut mendapatkan perhatian dari orang lain sehingga mendapatkan pengertian yang berbeda-beda.

##### b. Respon (*interact*)

Yaitu reaksi terhadap aksi sebuah mengemukakan pernyataan. Ini bertujuan memberikan klarifikasi terhadap informasi yang tidak pasti yang dikemukakan dari tindakan sebelumnya.

c. Penyesuaian (*adjustment*)

Tanggapan terhadap respon yang merupakan penyesuaian terhadap informasi (aksi) yang diterima sebelumnya setelah mendapat kejelasan informasi (respon)

2. Aturan Bersama

Di dalam siklus perilaku, tindakan anggota organisasi dikontrol oleh aturan bersama (*assembly rules*) untuk memandu pilihan rutinitas yang akan digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan yang sedang dihadapi. Aturan bersama ini bisa berupa aturan tertulis atau aturan tidak tertulis yang telah menjadi kebijakan perusahaan mengenai bagaimana mengelola atau memproses komunikasi.

3. Mengurangi Ketidakpastian

Kita berusaha mengurangi ketidakpastian yang ada dalam perusahaan dengan 3 (tiga) bagian, yaitu:

a. Penerimaan Informasi (*Enactmen*)

Proses penerimaan informasi ini adalah upaya mengurangi ketidakpastian dengan kita memaparkan dan menjelaskan apa yang terjadi saat ini. Pada tahap ini orang akan memberikan rangsangan atau stimulasi dan mengetahui akan adanya ketidakpastian. Pada tahap ini perusahaan harus menganalisis informasi yang masuk (*input*) yang diterima untuk menentukan jumlah

ketidakpastian yang diterima dan juga memberikan makna dari informasi yang diterima.

b. Seleksi

Proses yang kedua adalah anggota organisasi menerima sejumlah informasi yang dianggap relevan dan menolak informasi yang tidak dianggap tidak relevan. Seleksi bertujuan mengkerucutkan luasnya persoalan yang terjadi dengan menolak alternative yang tidak ingin ditangani saat itu. Proses ini bertujuan untuk menyingkirkan ketidakpastian yang terjadi pada saat menerima informasi ditahap awal.

c. Retensi

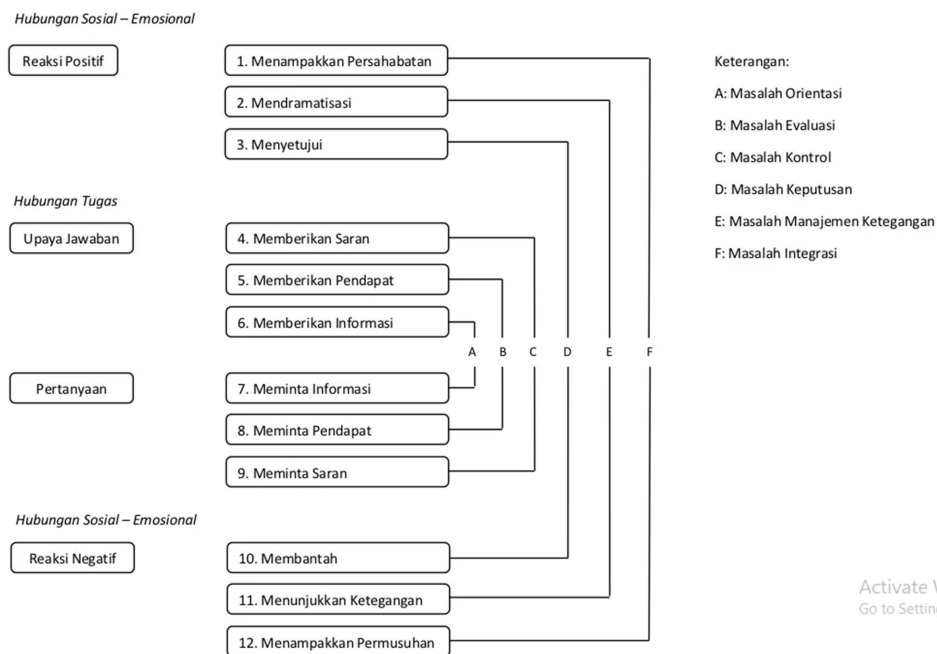
Proses menyimpan beberapa informasi yang akan digunakan pada saat yang akan datang, informasi yang disimpan nantinya akan digabungkan dengan informasi yang sudah ada dan akan digabungkan untuk menghadapi situasi dimasa depan. Ketika organisasi telah mampu mengukur kemampuannya dalam emnyingkirkan ketidakpastian, maka organisasi akan menganalisi efektivitas berbagai peraturan dan siklus komunikasi yang ada kemudian melakukan retensi. Pada tahap ini organisasi diminta untuk menentukan hal-hal apa saja yang harus ditangani dan apa saja yang harus diabaikan.

### 2.3.3 Interaksi Organisasi

Terdapat 12 jenis pesan dalam komunikasi kelompok dalam organisasi yang dapat disederhanakan menjadi 4 pesan yang terdiri atas seperti yang dikemukakan oleh Bales (1950):

1. Tindakan positif
2. Upaya jawaban
3. Pertanyaan
4. Tindakan negative

Skema kategori proses interaksi dapat dilihat pada gambar 3.1



Sumber: Proses Interaksi Google

### Gambar 2. 2 jenis Interaksi

Jenis-jenis perilaku tersebut berpasang-pasangan sesuai dengan wilayah tertentu, misalnya “memberi informasi” dipasangkan dengan “meminta informasi”, “memberi saran” dipasangkan dengan “meminta saran”. Proses interaksi dibagi menjadi 6 kategori, yaitu:

1. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling berbagi informasi, maka kelompok akan mengalami “masalah komunikasi”.

2. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling berbagi pendapat maka kelompok akan mengalami “masalah evaluasi”.
3. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling bertanya dan memberikan saran, maka kelompok akan mengalami “masalah pengawasan”.
4. Jika masing-masing anggota kelompok tidak bisa mencapai kesepakatan maka mereka akan mendapatkan “masalah keputusan”.
5. Jika tidak cukup “dramatisasi” dalam kelompok maka akan muncul masalah “ketegangan”
6. Jika anggota kelompok berperilaku tidak ramah atau tidak bersahabat, maka akan terdapat masalah reintegrasi yang berarti kelompok tidak mampu membangun “perasaan kita” atau kesatuan (*cohesiveness*) dalam kelompok.

Dramatisasi dalam teori ini berperan penting. Dramatisasi (*dramatizing*) berarti melepaskan ketegangan dengan menyampaikan cerita dan membagi pengalaman dengan orang lain. Pekerjaan yang berulang-ulang sangat membosankan bagi karyawan, dengan menceritakan sesuatu (*storytelling*) menjadikan pekerjaan tersebut menjadi lebih seru dan tidak membosankan. Dalam proses dramatisasi ini bisa menceritakan tentang pekerjaannya, pengalaman terbaik mereka ataupun pengalaman buruk mereka bahkan lelucon antar karyawan dengan bersemangat dan menggebu-gebu.

Teori mengenai analisis proses interaksi ini mencakup 2 (dua) kelompok perilaku komunikasi umum yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan komunikasi kelompok kecil

### 2.3.4 Jaringan Organisasi

Jaringan atau *Naetwork* didefinisikan sebagai “*social stuctures created by communication amomh individuals and groups*” (struktur social yang diciptakan melalui komunikasi pada sejumlah individu dan kelompok) (Stohl, 1995). Ketika orang berkomunikasi maka terciptalah hubungan yang menciptakan garis-garis komunikasi. Dalam sebuah organisasi akan terjadi hubungan formal (*formal network*) yang dibatasi dan diatur oleh aturan-aturan organisasi, seperti komunikasi pada struktur organisasi. Selain itu ada juga jaringan informal (*emergent network*) adalah saluran komunikasi nonformal yang terciptanya dari interaksi antar anggota tiap harinya, seperti tegur sapa antar anggota dan juga komunikasi informal melalui social media.

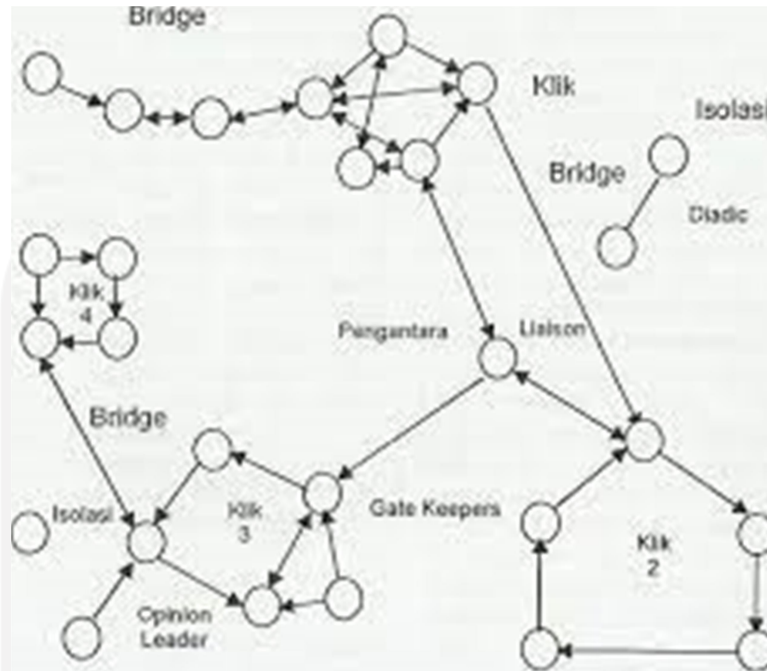
Gagasan dasar yang sangat penting mengenai jaringan adalah keterhubungan atau keterkaitan (*connectedness*), yaitu ide dimana terjadi jalur komunikasi yang stabil antara tiap individu dalam organisasi. Skema jaringan organisasi sederhana dapat dilihat pada gambar 3.2

Dalam jaringan sederhana individu-individu saling berkaitan dan membentuk sebuah kelompok, kemudai kelompok tersebut saling terhubung membentuk kelompok yang lebih besar.

Hubungan menurut kualitasnya di bagi menjadi 2 (dua) hubungan, yaitu:

1. Hubungan dapat bersifat langsung (*direct*), yaitu hubungan secara langsung antara dua orang tanpa melalui perantara.
2. Hubungan tidak langsung (*indirect*) yaitu hubungan antara dua orang yang diperantarai oleh orang ketiga.





Gambar: Jaringan Sederhana komunikasi Organisasi media Neliti

### Gambar 2. 3 Jaringan Sederhana

Para peneliti juga bisa dicirikan dari sebuah kualitas hubungan menurut variabelnya.

#### 1. Fungsi Jaringan

Sebuah organisasi tidak akan pernah terdiri dari sebuah jaringan saja, tetapi dalam organisasi pasti terdapat jaringan yang tumpang tindih, tetapi jaringan yang bertumpang tindih akan focus dengan fungsi jaringan tersebut, sehingga komunikasi akan berjalan dengan baik dan benar jika melewati saluran jaringan yang semestinya.

#### 2. Tingkat keterhubungan

Jaringan yang memiliki keterhubungan tinggi adalah hubungan yang kuat dan dekat. Jaringan ini dapat memasukan banyak pengaruh terhadap hubungan dengan membangun norma-norma pada pikiran dan perilaku.

### 3. Sentralitas dan desentralitas

Sentralitas adalah derajat keterhubungan antara individu dan kelompok, dimulai dari banyak kelompok yang tersentral pada sebuah kelompok di dalam organisasi. Desentralisasi adalah jaringan dimana pusat informasi tidak terpacu pada kelompok tertentu, hal ini memungkinkan individu dapat berinteraksi dengan seluruh kelompok dalam organisasi, tetapi sistem desentralisasi ini memiliki kekurangan tidak bisa terhubung secara kuat dengan kelompok lain.

### 4. Derajat Pemisahan

Jumlah hubungan yang terdapat pada individu dengan individu lain yang terpisahkan beberapa individu, misalnya seorang office boy ingin menemui direktur utama perusahaan karena hal yang mendesak, maka janji bertemu dengan direktur utama harus melewati 4 karyawan di atas office boy tersebut, maka anda memerlukan 4 derajat pemisah untuk bertemu dengan direktur utama.

## 2.3.5 Struktur Organisasi

Manusia sebagai anggota social bertindak menurut aturan tertentu, sehingga secara tidak langsung menciptakan struktur yang akan menentukan perilaku seseorang dimasa yang akan datang. Secara singkat kelompok dan organisasi menciptakan struktur yang dapat diinterpretasikan sebagai aturan dan sumber daya organisasi (Giddens, 2003).

### 1. Aturan (*rules*)

Rutinitas yang dimiliki dan diikuti oleh organisasi dalam menjalankan pekerjaan untuk mencapai tujuan. Aturan dapat dipelajari dengan tegas (*eksplisit*) atau secara diam-diam (*implisit*).

## 2. Sumber Daya (*resources*)

Mengacu pada kekuatan atau kelompok yang digunakan dalam organisasi. Kekuatan adalah awal bagi seseorang atau kelompok untuk bertindak dan melakukan perubahan. Organisasi dapat menggunakan 2 (dua) jenis sumber daya, yaitu:

### A. Sumber daya Alokatif

Sumber daya yang mengacu pada bantuan materi yang dihasilkan oleh organisasi dan membantu kelompok atau unit dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

### B. Sumber daya otoritatif

Karakteristik interpersonal yang digunakan saat proses interaksi. Sumber daya otoritatif menggunakan kekuasaan atau kekuatan (*power*) sebagai penggerak utamanya. Terdapat 5 (lima) jenis kekuasaan yang digunakan menggerakkan sumber daya otoritatif, yaitu:

#### a. Kekuasaan penghargaan (*reward power*)

Kekuasaan menurut persepsi seseorang bahwa orang lain memiliki kekuatan memberikan kekuatan positif. Kekuasaan penghargaan dapat berupa pujian, hadiah, atau sekedar hanya menghilangkan aspek-aspek negative yang terdapat dalam suatu system.

#### b. Kekuasaan Menindas (*coercive power*)

Kekuasaan yang didasarkan pada seseorang yang dapat menjatuhkan hukuman.

c. Kekuasaan Referen (*referent power*)

Kemampuan seseorang untuk menjadikan orang lain mematuhi keinginannya yang didasarkan pada hubungan personal yang sudah terbangun sebelumnya.

d. Kekuasaan Sah (*legitimate power*)

Kekuasaan yang didasarkan pada jabatan atau posisi seseorang, kekuasaan ini didasarkan pada hak seseorang untuk memberikan pengaruh pada orang lain.

e. Kekuasaan Keahlian (*expert power*)

Kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain berdasarkan dengan kemampuan dan ilmu yang dimilikinya.

### 2.3.6 Sistem Manajemen Organisasi

Menurut Perrow (1972) organisasi yang efektif adalah organisasi yang dapat memanfaatkan secara maksimal sumber daya manusianya. Demi mengoptimalkan organisasinya maka terdapat 4 (empat) skema sistem manajemen, yaitu:

1. System Eksploitasi Otoritas

- A. Manajemen menggunakan rasa takut dan ancaman bagi bawahannya.
- B. Pimpinan memutuskan segala keputusan tanpa umpan balik dari bawahannya.
- C. Motivasi terbentuk karena adanya ancaman.

- D. Komunikasi terbentuk dari atas kebawah dari sebagian besar keputusan diambil oleh atasan.
  - E. Rasa tanggung jawab untuk mencapai tujuan hanya dimiliki oleh pimpinan, sedangkan bawahan tidak ikut memiliki.
  - F. Atasan dan bawahan sedikit sekali melakukan komunikasi.
2. System Benevolen Otoritatif
- A. Motivasi kerja terbentuk bila ada hadiah atau imbalan (*reward*)
  - B. Informasi mengalir dari bawah ke atas tetapi terbatas dengan hal-hal yang ingin didengar oleh atasan.
  - C. Pemimpin mengambil keputusan pada kebijakan tertentu, tetapi memberikan kewenangan pada bawahan untuk mengambil keputusan tertentu.
  - D. Rasa tanggung jawab mencapai tujuan hanya terdapat pada pimpinan dan manajer menengah, bawahan tidak memilikinya sama sekali.
3. System Konsultatif
- A. Pimpinan berkonsultasi pada bawahan, tetapi keputusan tetap diambil oleh pimpinan.
  - B. Pimpinan cukup memberikan kepercayaan pada bawahan walaupun belum sepenuhnya.
  - C. Komunikasi mengalir baik secara vertical maupun horizontal. Terdapat semangat kerja yang memadai walaupun motivasi masih berdasarkan dengan penghargaan ataupun hadiah yang didapatkan atau dijanjikan.
  - D. Rasa tanggung jawab untuk mencapai tujuan organisasi sudah sampai pada manajer level bawah.

#### 4. System Kelompok Partisipatif

- A. Pimpinan memberikan peluang sepenuhnya kepada karyawan dalam proses pengambilan keputusan.
- B. Terdapat kepercayaan yang besar pada karyawan.
- C. Motivasi tercipta karena adanya penghargaan ekonomi dan berdasarkan dengan tujuan yang disepakati bersama.
- D. Seluruh individu pada setiap level memiliki rasa tanggung jawab yang sama demi mencapai tujuan organisasi.
- E. Komunikasi berlangsung secara intensif kesegala arah dan terbuka serta hubungan atasan dengan bawahan yang dekat.
- F. Pengambilan keputusan melalui proses dalam kelompok dan saling berhubungan satu sama lain melalui individu yang menjadi anggota beberapa kelompok.

#### 2.3.7 Pengawasan

Percakapan di dalam organisasi akan menciptakan control tertentu dalam organisasi kemudian yang akan menciptakan sebuah kekuasaan. Percakapan tidak selalu hanya tentang informasi, tetapi juga memnciptakan pola-pola tertentu yang akan menunjukan siapa kita dan apa yang harus kita lakukan dalam organisasi.

Percakapan membuat karakter pada setiap organisasi, atau yang sering kita sebutdengan budaya organisasi, yang nantinya akan berlanjut terus menerus seiring dengan berkembangnya organisasi, dalam percakapan juga akan menciptakan norma-norma, aturan-

aturan dan nilai-nilai Bersama yang berlaku dalam organisasi. Pada bab ini kita akan membahas tentang teori kontrol organisasi (*organizational control theory*)

### 1. Metode pengawasan

Menurut Tomkins dan George (1985) organisasi melakukan pengawasan dengan 4 (empat) cara, yaitu:

#### A. Pengawasan sederhana (*simple control*)

Pengawasan sederhana adalah sebuah cara pengawasan yang menggunakan kekuasaan secara terbuka.

#### B. Pengawasan teknis (*technical control*)

Pengawasan teknik adalah pengawasan yang menggunakan teknik atau teknologi, misalkan saja sebuah karyawan diberikan fasilitas HP maka karyawan tersebut bersedia dihubungi dan dikontrol oleh perusahaan dimana saja dan kapan saja waktunya.

#### C. Pengawasan birokratis (*bureaucratic control*)

Pengawasan birokratik ini adalah pengawasan dengan mematuhi peraturan-peraturan tertulis, seperti peraturan perusahaan, memo dan juga tinjauan kerja.

#### D. Pengawasan konsertif (*konseritive control*)

Pengawasan ini adalah cara pengawasan yang paling unik karena menggunakan kerjasama interpersonal dan kerjasama dalam organisasi sebagai alat untuk kontrol. Pengawasan konsertif adalah pengawasan yang sulit dilihat, karena mengandalkan realitas dan pengawasan yang dimiliki bersama. Dalam perusahaan yang sudah dapat menggunakan kontrol seperti

ini maka peraturan-pertaturan eksplisit perusahaan tidak berlaku dan digantikan dengan pengeryian bersama terhadap nilai-nilai, jika perusahaan sudah bias menerakan pengawasan seperti ini maka bias disebut dengan “jiwa organisasi yang baru” (*soul of new organization*).

Orgaisasi yang sudah dapat menggunakan 4 pengawasan tersebut secara kombinasi mereka akan cenderung meniggalkan pengawasan secara sederhana yang bersifat langsung kepada pengawasan konsertif yang bersifat lebih kompleks dan lebuah sulit untuk dilihat.

## 2. Pengawsasan Kedisiplinan

Disiplin memperkuat hubungan kekuasaan yang memungkinkan timbulnya disiplin, namun disiplin tidak dipandang suau kewajiban melainkan hal yang normal dan alami terjadi dalam organisasi (Barker & Cheney, 2003). Pada sebuah organisai kedisiplinan dapat tercapai dengan 4 (empat) cara, yaitu:

### A. Cara tersamar (*unobtrusive methods*)

Cara tersamar adalah metode yang tidk mudah dketahui atau dilihat orang luar, disiplin yang dilakukan oleh organisasi tidak harus dibuat secara ekpllisit atau mencolok tetapi disiplin ini sudah menjadi bagian keseharian dari organisasi. Pada berabagai organisasi tidak terdapat peraturan jam kerja yang kaku, seperti harus masuk jam berapa, berapa lama waktu istirahat dan sebagainya, tetapi mereka lebih mangacu pada hasil akhir dri pekerjaan tersebut.

### B. Cara Kerja Sama

Cara kerjasama adalah cara kerjasama antara seluruh anggota organisasi untuk menegakan peraturan, dengan kata lain disiplin akan dilakkan dengan



kerjasama antar seluruh anggota organisasi. Seluruh anggota organisasi juga akan menciptakan seperangkat tindakan untuk menegakan perauran tersebut.

#### C. Hubungan Sosial

Cara hubungan sosial adalah menjadikan disiplin sebagai bagian dari hubungan sosial. Semua tindakan dan perkataan yang dilakukan oleh anggota secara normal atau dinormalkan (*normalized practice*) sebagaimana yang berlaku dalam hubungan sosial keseharian mereka.

#### D. Motivasi

Instrumen pengawasan yang paling efektif adalah pengawasan yang dapat menimbulkan motivasi terhadap anggotanya yaitu hal-hal yang paling mendasar yang dapat mendorong anggotanya untuk berjuang dan bekerja mematuhi peraturan dan menegakkan kedisiplinan. Biasanya motivasi tersebut bisa berupa uang, waktu, pencapaian, kerja sama dan lain sebagainya.

### 2.3.8 Demokrasi Organisasi

Dalam dunia organisasi saat ini kepentingan manajer lebih penting dibandingkan dengan identitas, komunitas ataupun demokrasi dalam organisasi perusahaan. Sebagai contoh adalah kepentingan prioritas pekerjaan yang dilakukan setiap hari, hal ini memberikan contoh bahwa kepentingan manajemen mendominasi pada kepentingan karyawan. Demokrasi adalah salah satu alternatif untuk menuntut kembali pertanggung jawaban perusahaan sekaligus berfungsi sebagai agen yang melayani karyawan dan pihak berkepentingan lainnya. Dengan kata lain harus ada komunikasi disetiap harinya, dan dari sini perubahan akan

dimulai, mungkin dengan karyawan akan di undang untuk menentukan apa prioritas mereka hari ini.

#### 1. Pengambilan keputusan

Menurut Griffin (1991:292) ada 2 (dua) cara pengambilan keputusan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen, yaitu:

##### A. Strategi control

Strategi control dapat didefinisikan sebagai *over managerial moves to extent control* atau tindakan manajerial secara terbuka untuk menerapkan control secara luas. Masalah tidak terjadi pada individu manajer tetapi masalah terletak pada paham manajerialisme, yaitu wacana yang didasarkan pada logika sistematis, tindakan rutin dan ideologi yang menghargai pengawasan di atas segalanya. Pemegang saham menginginkan keuntungan, karyawan menginginkan kebebasan dan manajerial menginginkan control. Berbagai sistem control pada sistem komunikasi organisasi pada dasarnya menghambat pandangan dari karyawan dalam mengatur pekerjaannya, dan keinginan melakukan control bahkan dapat melebihi keinginan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Manajer digaji tinggi oleh perusahaan karena dianggap dapat menyelesaikan urusan perusahaan. Tetapi pada akhirnya control mejelma menjadi nilai yang terpisah dari tujuan perusahaan. Berbagai peraturan diciptakan untuk membatasi karyawan dan akhirnya membuat karyawan merasa tidak nyaman, ketakutan, resistensi dan penolakan terhadap dominasi manajer yang berlebihan.

## B. Persetujuan

Persetujuan sukarela atau *concent* adalah keinginan dari anggota untuk setia dan loyal terhadap control yang bersifat “tertutup”. Tertutup yang di maksud adalah sesuatu yang tidak diketahui atau disadari oleh kaaryawan.

*Consent* adalah perilaku dimana seseorang gagal bertindak atas kepentinganya sendiri. Dalam tahap ini manajer tidak menggunakan control tetapi control dilakukan melalui Bahasa, informasi, bentuk, simbol dan ritual guna menghasilkan kembali suatu budaya yang memihak pada kepentingan organisasi, karyawan melakukan pekerjaan berpedoman pada pada aturan atau prosedur kerja standar (*standard operating system, SOP*) yang sudah baku tidak peduli apakah itu sudah sesuai dengan akal sehat. Tetapi penerapan control melalui persetujuan sukarela dinilai tidak terlalu efektif karena masih dapat membuka peluang ketidakpercayaan dan penolakan.

## C. Keterlibatan

Pada tahap ini organisasi mulai memasuki tahap demokrasi dari tahap sebelumnya yang otoriter. Oraganisasi tidak lagi mengambil keputusan dari balik pintu melainkan dengan diskusi terbuka yang melibatkan semua anggotanya. Demokrasi sebenarnya adalah hasil dari percakapan ideal (*ideal speech situation*) dan menghasilkan pemberian respon yang seimbang (*balanced responsiveness*). Demokrasi pada dasarnya tidak menciptakan suatu struktur permanen tertentu, tetapi sebaliknya, yaitu menetapkan sikap kritis dan penguatan dalam kehidupan sehari-hari. Demokrasi didasarkan pada kebebasan berbicara dan munculnya ide-ide baru.

#### D. Partisipasi

Dalam teori partisipasi diharapkan ada pembagian kekuasaan secara terbuka, dan pembagian kekuasaan tersebut dibagi menjadi 6 (enam) kelompok, yaitu:

a. Pemegang saham,

kelompok yang menginginkan jaminan atau kepastian terhadap modal yang mereka tanamkan.

b. Karyawan,

Kelompok yang menginginkan penghasilan yang cukup, lingkungan kerja yang aman, kebanggaan terhadap pekerjaan, adanya karir dan sebagainya.

c. Konsumen

Kyalayak yang membeli dan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan kualitas baik dan harga yang wajar.

d. Pemasok

Menginginkan permintaan yang stabil bagi hasil produksi mereka dan pembayaran yang tepat waktu.

e. Komunitas

Masyarakat disekitar perusahaan yang menginginkan peluang usaha dan peluang kerja dari perusahaan serta kepedulian perusahaan terhadap pelestarian lingkungan disekitar perusahaan.

f. Masyarakat luas

Masyarakat yang menginginkan perusahaan peduli dengan lingkungan, stabilitas dan pertumbuhan ekonomi.

### 2.3.9 Budaya Organisasi

Esensi kehidupan organisasi dapat ditemukan pada budaya yang dimiliki budaya bersangkutan, dalam kasus ini kata “budaya” tidak mengacu pada suku, etnis atau latar belakang budaya seseorang, namun budaya adalah cara hidup dalam organisasi (*a way of living*) termasuk dalam budaya organisasi adalah atmosfer emosi dan psikologis yang mencakup moral, sikap dan tingkat produktifitas anggota organisasi tersebut. Budaya organisasi mencakup seluruh simbol yang ada (tindakan, rutinitas, percakapan dst) dan makna yang diberikan anggota organisasi terhadap berbagai simbol tersebut. Makna dan pengertian budaya organisasi dicapai melalui interaksi antara pimpinan (manajemen) dengan karyawan (Morisson, 2020)

Morisson (2020) juga menerangkan bahwa organisasi memiliki kehidupan yang kompleks dan beragam, ada 3 (tiga) asumsi dasar yang mendukung teori tersebut, yaitu:

1. Anggota organisasi menciptakan dan memelihara rasa Bersama terhadap realitas organisasi (*shared sense of organizational reality*) yang menghasilkan pengertian yang lebih baik terhadap nilai-nilai organisasi.
2. Penggunaan dan interpretasi terhadap symbol berperan penting terhadap budaya organisasi.
3. Berbagai organisasi memiliki budaya yang berbeda, dan interpretasi terhadap berbagai tindakan dalam suatu budaya tertentu berbeda dengan budaya lainnya.

Dalam organisasi cara pertunjukan komunikasi organisasi juga termasuk dalam budaya organisasi itu sendiri, ada beberapa pertunjukan organisasi yang dapat dilakukan oleh setiap anggota organisasi, antara lain ialah:

#### 1. Ritual

Ritual yaitu sesuatu yang dilakukan secara berulang-ulang secara teratur sehingga dapat dikenali dengan baik oleh setiap anggota organisasi. Setiap pertunjukan ritual yaitu diantaranya:

##### A. Ritual personal

Ritual jenis ini mencakup hal-hal yang dilakukan seseorang yang dilakukan secara rutin ditempat kerja. Misalnya adalah setiap karyawan membuka dan mengecek setiap pesan masuk dalam e-mail.

##### B. Ritual kerja

Ritual kerja adalah perilaku rutin seseorang yang dihubungkan dengan pekerjaannya yang menyebabkan pekerjaan itu lebih mudah.

##### C. Ritual sosial

Ritual sosial yaitu ritual yang tidak berhubungan dengan kerja atau tugas namun ritual jenis ini merupakan pertunjukan yang penting dalam organisasi.

Ritual sosial merupakan komunikasi verbal dan non-verbal rutin yang perlu dilakukan dalam interaksi dengan orang lain, contohnya adalah kumpul dengan karyawan lain setelah selesai bekerja.

##### D. Ritual Organisasi

Ritual organisasi adalah ritual yang diikuti oleh semua kelompok kerja dalam organisasi dengan teratur, misalnya pertemuan atau rapat semua departemen perusahaan dsb.

## 2. Passion

Dengan sebutan passion yang menjadikan pekerjaan rutin yang membosankan menjadi menarik dan menyenangkan dengan cara menceritakan sesuatu yang disukai oleh karyawan tersebut dan biasanya akan dilakukan berulang-ulang oleh karyawan tersebut. Sebagai gambaran adalah seorang karyawan baru yang akan sangat cepat menangkap informasi-informasi tentang kebiasaan-kebiasaan atau kesalahan-kesalahan dari karyawan lain bahkan informasi tentang atasan atau kebijakan yang aneh dari perusahaan dan atasan mereka.

## 3. Social

Social yaitu berbagai bentuk kesopanan, basa-basi, penghormatan yang dilakukan dengan maksud untuk mendorong dan meningkatkan kerjasama antara anggota organisasi, pertunjukan sosial berfungsi untuk memperkuat kepatuhan dan penerapan aturan-aturan social dalam organisasi.

## 4. Politik Organisasi

Politik organisasi adalah pertunjukan yang menciptakan dan memperkuat gagasan mengenai kekuasaan dan pengaruh yang mencakup perilaku untuk menunjukkan kekuatan seseorang, memperkuat hubungan persekutuan dan tawar-menawar. Ketika organisasi melakukan pertunjukan politik maka organisasi melakukan kekuasaan atau pengawasan. Pertunjukan ini secara khusus

melibatkan tindakan yang dirancang untuk memposisikan seseorang dalam mencapai sebuah posisi tertentu dengan cara tertentu karena alasan politik.

#### 5. Enkulturasasi

Enkulturasasi adalah proses pengajaran budaya organisasi oleh salah satu anggota organisasi terhadap anggota organisasi lainnya.

### 2.4 Kinerja

Kinerja karyawan adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif, sesuai dengan kewenangan, tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral atau etika (Moehariono, 2009). Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh karyawan demi memajukan perusahaan atau organisasi dapat dikatakan dengan kinerja.

Peran karyawan dalam memajukan perusahaan sangatlah penting, maka dari itu diperlukannya pengawasan terhadap seluruh karyawan harus dilakukan. Pengawasan bertujuan untuk memastikan apakah karyawan sudah bekerja sesuai dengan tugas dan kewajibannya sesuai harapan. Penilaian kinerja ini sangat penting karena dari penilaian ini yang akan menentukan apakah organisasi akan terus melakukan kerjasama dengan karyawan bersangkutan (karena kinerjanya baik) atau memutuskan hubungan dengan karyawan tersebut (karena performanya tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan).



### 2.4.1 Faktor-Faktor Penting Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan sangat sangat ditentukan dengan beberapa faktor, faktor-faktor tersebut sangat penting agar diperhatikan, karena ketika kinerja karyawan sesuai dengan harapan perusahaan dengan harapan kinerja karyawan tidak mengendur. Faktor-faktor tersebut adalah (HRIS, 2020):

#### 1. Sikap disiplin

Sikap disiplin sangat mempengaruhi karyawan dalam mempertahankan kinerja. Setiap karyawan diharapkan memiliki sifat disiplin untuk mengikuti peraturan perusahaan dan melaksanakan kewajibannya masing-masing sebagai seorang karyawan. Sebagai contoh adalah karyawan tidak diperbolehkan membuka masker dan pentup kepala saat berada dibagian produksi.

#### 2. Motivasi Kerja

Motivasi adalah dorongan bagi seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk mengerjakan sesuatu. Setiap karyawan memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam menjalankan tugasnya, ada yang termotivasi karena uang ada pula yang termotivasi karena jabatan yang tinggi.

#### 3. Kompensasi atau Intensif

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja adalah kompensasi, kompensasi dapat berupa bonus yang didapatkan atau iming-iming kenaikan jabatan. Memberikan bonus kepada karyawan dengan kinerja sangat baik ini juga diharapkan agar karyawan lain meningkatkan kinerja demi kemajuan perusahaan.

#### 4. Gaya Kepemimpinan

Karyawan yang memiliki pemimpin yang baik biasanya akan memberikan kinerja yang baik juga. Gaya kepemimpinan atasan yang baik biasanya akan membuat kinerja karyawan dan perusahaan membaik pula. Gaya kepemimpinan yang baik adalah dengan cara atasan mengayomi bawahannya sehingga bawahannya dapat menyelesaikan pekerjaan tanpa tekanan yang berlebih.

#### 5. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja yang baik dan nyaman akan membuat kinerja karyawan menjadi baik dan bisa optimal. Perusahaan juga harus memperhatikan kesehatan dan keamanan karyawannya dengan menyediakan lingkungan kerja yang nyaman, aman dan sesuai dengan kebutuhan karyawannya. Perusahaan harus menempatkan karyawan yang sesuai dengan kemampuannya agar karyawan bisa bekerja secara optimal. Untuk menempatkan orang-orang yang tepat maka perlu menggunakan aplikasi penilaian kinerja karyawan yang hasilnya *komprehensif*, dan hal yang tidak kalah penting lagi adalah memahami kinerja karyawan.

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

Jenang adalah sebuah panganan tradisional dari Kota Kudus. Mubarakfood Cipta Delicia merupakan salah satu produsen jenang dan dodol terbesar di Jawa Tengah. Mubarakfood telah berdiri sejak tahun 1910 dan telah melewati beberapa titian sejarah yang teramat panjang, bukti perjuangan dan buah dari kegigihan, keuletan akan dikenal sebagai kisah sukses generasi bangsa Indonesia. Pada awal terciptanya jenang merupakan makanan camilan yang belum diperdagangkan. Sejarah berdirinya Jenang Kudus Mubarak dirintis oleh Ibu Hj. Alawiyah pada tahun 1910 yang kemudian dikenal sebagai Generasi Pertama dari produsen jenang Kudus. Hj. Alawiyah inilah yang telah merintis pembuatan jenang dan kemudian diperjualbelikan Lokasi penjualan terletak di Pasar Kudus, area yang sekarang dikenal sebagai tempat parkir para peziarah makam Sunan Kudus di Masjid Menara “Al-Aqso”. Domisili Hj. Alawiyah berada di Desa Kaliputu, daerah yang hingga saat ini dikenal sebagai daerah penghasil jenang. Hj. Alawiyah bersuamikan H. Mabruri penduduk asli Desa Glantengan Kudus, yang dalam keseharian bekerja sebagai pande besi. Seiring dengan berkembangnya penjualan jenang, H. Mabruri pun ikut bersama-sama mengelola usaha jenang.

Pada saat Ibu Hj. Alawiyah meninggal dunia usaha jenang dilanjutkan oleh putranya yang bernama H. Achmad Shochib dengan demikian H. Achmad Shochib merupakan Generasi Kedua, adapun nama perusahaanya dikenal “Sinar Tiga Tiga” sebagai identitas produk. Disamping itu untuk mengantisipasi banyaknya pesaing yang mulai bermunculan maka pada tahun 1975 perusahaan meluncurkan tiga merk baru, yaitu: Mubarak, Mabrur, dan Viva. Merk-merk baru tersebut terbukti mampu menjadi trend setter di industri jenang terbukti banyaknya pesaing yang meniru dari merk-merk baru tersebut, utamanya merk “Mubarak”.

Pada tahun 1992, H. Achmad Shochib yang telah berusia lanjut, menyerahkan kepemimpinan sebagai Direktur Utama kepada putranya H. Muhammad Hilmy, SE seorang lulusan fakultas Ekonomi UII Yogyakarta dan juga alumni Pondok Modern Gontor Ponorogo. H. Muhammad Hilmy, SE inilah yang kemudian mendirikan perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia (MCD) sebagai pengembangan dari (PJ. Sinar TigaTiga).

Mubarakfood Cipta Delicia di bawah kepemimpinan H. Muhammad Hilmy, SE yang merupakan Generasi Ketiga produsen jenang Kudus, mulai menerapkan berbagai sistem manajemen modern sebagaimana layaknya perusahaan-perusahaan besar lainnya. Sebagai Generasi Tiga, H. Muhammad Hilmy, SE mempunyai cita-cita dan harapan yang mulia terhadap keberadaan makanan tradisional, khususnya jenang Kudus, bahwasanya beliau selalu berupaya untuk terus menerus memacu dan memperjuangkan makanan khas

tradisional menjadi *icon* makanan khas daerah, dan dapat menjadi *branding* Kota Kudus selain Kudus yang dikenal sebagai Kota Kretek.

Dibawah kepemimpinan H. Muhammad Hilmy, SE tidak hanya terjadi peningkatan dari sisi penjualan dan peningkatan asset perusahaan, tetapi juga adanya pengakuan dari pihak-pihak luar dengan diperolehnya berbagai penghargaan, diantaranya sebagai berikut :

1. ASEAN OSHNET Award 2018 Kategori *Best Practice* tingkat ASEAN
2. Penghargaan Nasional UPAKARTI 2007 Kategori IKM Modern dari Presiden RI
3. Penghargaan Nasional PARAMAKARYA 2011 DARI Presiden RI
4. Penghargaan Nasional *INSPIRING CEO 2011* dari MNC Group (Sindo – RCTI)
5. Penghargaan Nasional UKM PANGAN AWARD 2008 dari Menteri Perdagangan RI
6. Penghargaan *Nasional Indonesian Small & Medium Business Entrepreneur Award 2010* dari Menteri Negara Koperasi & UKM RI
7. Penghargaan Rekor Nasional MURI: Pemrakarsa Kegiatan Tabuh Terbang Papat Terlama se-Indonesia 15 – 19 Juli 2012
8. [Halal](#) Award 2018 dari LPPOM MUI kategori UMKM Halal Terbaik 2018
9. Penghargaan Perusahaan Peduli Lingkungan Terbaik se-Jateng 2010 dari Gubernur, Penghargaan “*Indonesian Business Profesional and Education Awards 2013*”, kategori “*The Best Traditional Food Company of the Year*” dari Sembilan Bersama Media

10. Penghargaan sebagai *The Best Quality product of The Year 2010* dari *International Achievement Foundation*
11. Penghargaan Produktivitas dan Kualitas SIDDHAKARYA 2010 dari Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Kependudukan propinsi Jawa Tengah
12. Juara I Kreasi Kemasan Makanan Olahan Terbaik se-Jateng dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan propinsi Jawa Tengah 2011
13. Penghargaan Wirausaha Indonesia Berbasis Produk Pangan Lokal menuju Pasar Internasional dari Majalah Bisnis Wirausaha dan Keuangan Jakarta
14. Sertifikat *International Standart Organization ISO 9001:2000* (Th.2002)
15. Seritikat ISO 22000:2018 Tahun 2020
16. Penghargaan Nasional *The Most Established Company 2006* dari Majalah SWA SEMBADA
17. Penghargaan Nasional *TOP 250 INDONESIA ORIGINAL BRANDS 2009* dari Majalah SWA SEMBADA – Jakarta
18. Sertifikat Jaminan Mutu dari ABIQA (*Agro based Industry Quality Assurance*) (Th. 2004), Penghargaan PEMUDA AWARD 2005
19. 3 Besar Pengusaha Muda Potensial Jawa Tengah dari HIPMI Jateng & KNPI Jateng
20. Penghargaan Bintang Satu Food Safety Star Award dari BPOM Jateng (Th. 2005)
21. Sertifikat HALAL dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat – obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI) Jawa Tengah (Th. 2007)
22. *Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) System* (Th. 2014)

### 23. Anugerah Wirausaha Indonesia 2013 dari Tabloid *Business Opportunity*

Selain itu Mubarakfood juga selalu rajin mengikuti pameran – pameran baik di dalam maupun luar negeri (Jepang, Abu Dhabi, Malaysia, Singapura, Jeddah, Filipina, Australia, Brunei, Hongkong, dll).

#### 3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

Salah satu slogan dari Mubarakfood adalah “Semangat kebersamaan, bersama meraih sukses”. Merupakan slogan yang dimunculkan, dengan pertimbangan, dan pengharapan agar masing – masing bagian yang masuk dalam jajaran manajemen merupakan suatu tim yang solid, kuat, kerjasama dan kebersamaan diperlakukan untuk menggapai kesuksesan.

Slogan berikutnya adalah “Budaya Peduli Mutu, dengan Perbaikan Berkelanjutan”, tujuan dicanangkannya motto/slogan ini dengan tujuan peningkatan kesadaran di masing- masing elemen dalam perusahaan, bahwasanya industri ini adalah industri yang menghasilkan produk berupa makanan dengan target utama adalah pasar/konsumen, kepuasan konsumen dapat diciptakan dengan terjaminnya mutu yang baik, produk yang berkualitas.

Moto yang saat ini mengilhami perjalanan sejarah dan perjuangan yang terus menerus dari generasi ketiga untuk semakin mengembangkan makanan tradisional, jenang Kudus adalah “Membangun Sinergi Mewujudkan Visi” motto diluncurkan bersamaan dengan diluncurkannya logo baru dari Mubarakfood Cipta

Delicia, pada tanggal 29 April 2006 yang bertempat di Gedung *Java Design Center* (JDC) Semarang. Sejalan dengan motto baru yang bertujuan penambah semangat, peluncuran logo baru MCD ini juga dengan tujuan “memperlihatkan langkah yang besar yang akan diambil oleh MCD. Aspirasi, mimpi atau bahkan obsesi untuk masa depan yang lebih positif dan dinamis. Masa depan yang penuh dengan energi”. adapun Visi dan Misi dari MCD sendiri adalah sebagai berikut:

1. *Visi*

Menjadi Makanan Khas Indonesia Berkelas Dunia

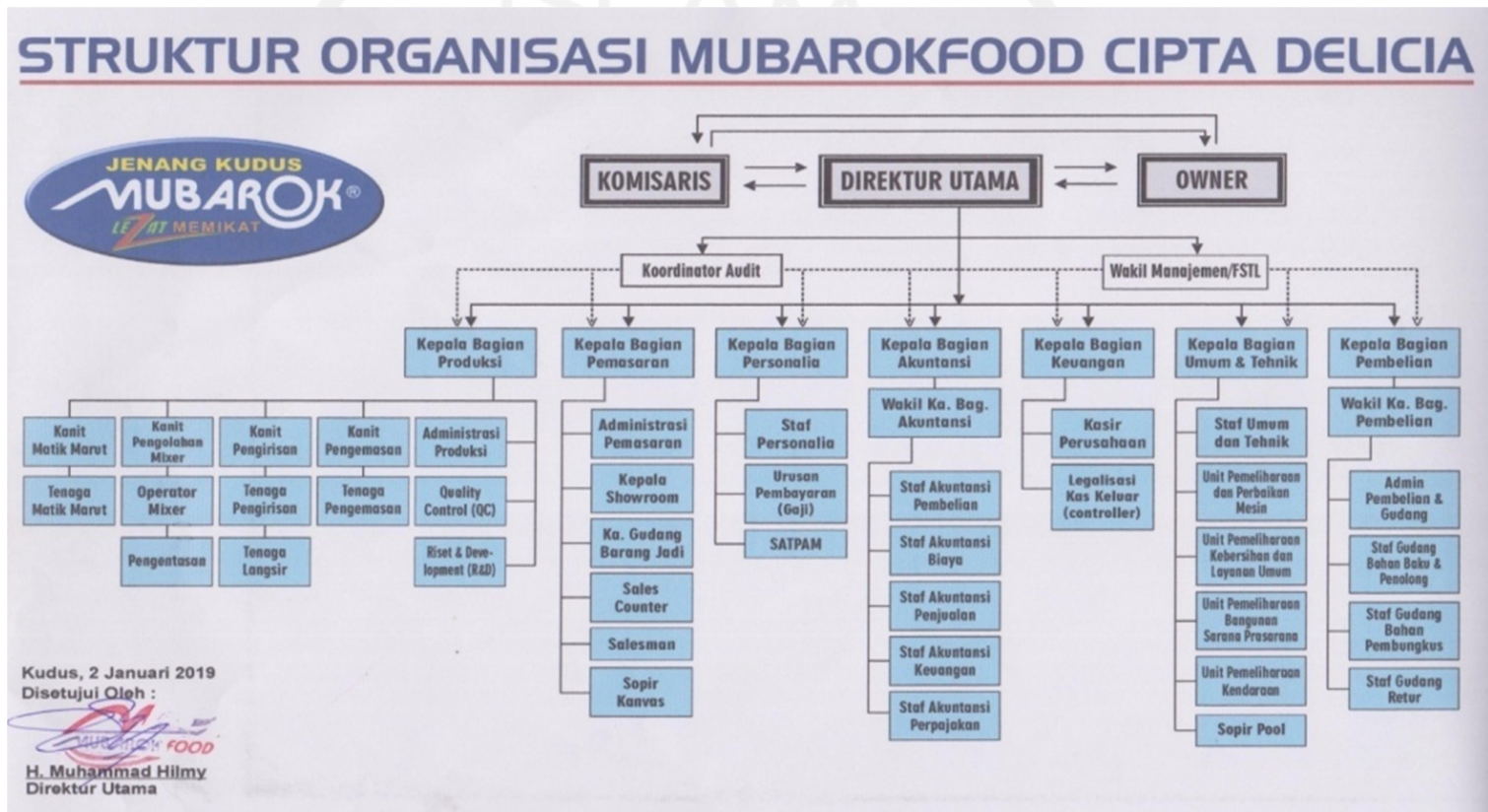
2. *Misi*

- A. Memproduksi jenang kudus secara higienis, berkualitas baik dan memenuhi standart proses produksi nasional dan internasional.
- B. Mengembangkan SDM dan Manajemen yang kreatif – inovatif, amanah dan profesional
- C. Berupaya terus menerus mengembangkan jaringan pemasaran dengan mengedepankan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan

### 3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA dapat dilihat pada gambar 3.1.





sumber: Dokumen Umum pada MCD

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pada MCD

### 3.1.4 Deskripsi Jabatan

Masing-masing jabatan yang telah ditetapkan dan dipilih oleh perusahaan memiliki fungsi dan tugas masing-masing yang akan berpengaruh terhadap perusahaan tersebut akan mempengaruhi kinerja perusahaan apabila tidak melakukan tanggung jawabnya masing-masing. Adapun fungsi dan tanggung jawab dari setiap jabatan/divisi adalah sebagai berikut:

1. Direktur Utama

Fungsi : Memberi saran bila terjadi permasalahan dalam perusahaan

Tanggung jawab:

- A. Memimpin jalanya perusahaan.
- B. Menentukan strategi, kebijakan dan tujuan perusahaan.
- C. Mewakili perusahaan berhubungan dengan pemerintahan dan pihak lainnya.

2. Owner

Fungsi : Mengawasi jalanya perusahaan agar sesuai dengan tujuan dan visi misi perusahaan,.

Tanggung jawab:

- A. Memberikan saran, strategi dan tujuan perusahaan.
- B. Memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan dan visi misi perusahaan.

3. Komisaris

Fungsi : mengawasi dan memberikan konsultasi bagi permasalahan yang berada dalam perusahaan.

Tanggung jawab:

- A. Memberikan konsultasi strategi bagi perusahaan.
- B. Memberikan pengawasan terhadap berjalanya perusahaan.
- C. Berkoordinasi dengan owner tentang jalanya perusahaan.

#### 4. Bagian Pembelian

Fungsi : Membantu direksi dalam hal pembelian bahan baku dan bahan pembantu.

Tanggung jawab:

- A. Mencatat dan mengelola pemesanan pembelian.
- B. Menerbitkan faktur penjualan.
- C. Mengatur jadwal pembelian barang kepada pembeli.
- D. Membuat laporan hasil pembelian.

#### 5. Bagian Akuntansi

Fungsi : Membantu direksi menyusun laporan keuangan perusahaan.

Tanggung jawab:

- A. Membuat catatan transaksi input dan output perusahaan.
- B. Membuat laporan keuangan perusahaan.

#### 6. Bagian Produksi

Fungsi : Memmbantu direksi dalam emngelola produski jenang.

Tanggung jawab:

- A. Mengawasi dan mengendalikan produksi dibantu dengan kepala unit.
- B. Menentukan bahan baku sesuai dengan standar mutu yang telah direncanakan.
- C. Membuat laporan hasil produksi secara harian maupun bulanan.

7. Bagian Keuangan

Fungsi : membantu direksi dalam bidang keuangan dan administrasi.

Tanggung jawab:

- A. Mengadakan catatan secara menyeluruh data perusahaan yang berhubungan dengan keuangan meliputi:
  - a. Pencatatan.
  - b. Penggolongan.
  - c. Penyajian dalam bentuk laporan.
- B. Mengadakan analisa laporan keuangan untuk membantu direksi dalam mengambil keputusan.
- C. Membantu analisa persediaan untuk membantu direksi dalam menentukan titik pemesanan kemabali.

8. Bagian Pemasaran

Fungsi : Membantu direksi dalam bidang pemasaran dan sales.

Tanggung jawab:

- A. Bertanggung jawab atas semua hasil penjualan yang dipasarkan.
- B. Mengatur dan meningkatkan volume penjualan.

C. Mengukur atau menghitung kuantitas produk yang dihasilkan dan yang akan dipasarkan serta melaporkan kepada pada bagian pembukuan.

9. Bagian Personalia

Fungsi : bertanggung jawab terhadap ketenagakerjaan perusahaan

Tanggung jawab:

- A. Memastikan bahwa SDM yang ada pada perusahaan bekerja sesuai dengan tugasnya.
- B. Memastikan SDM melakukan pekerjaan dengan optimal.

10. Bagian umum dan teknis

Fungsi : membantu direksi terhadap hal umum yang terkait dengan perusahaan serta pelayanan umum.

Tanggung jawab:

- A. Memastikan bahwa peralatan dan pelayanan penunjang perusahaan bekerja dengan baik sesuai dengan semestinya dalam perusahaan.
- B. Melakukan perawatan dan pembaharuan terhadap peralatan dan pelayanan penunjang pada perusahaan.

## **3.2 Data Khusus**

### **3.2.1 Peranan Komunikasi Pada Kinerja Karyawan**

#### **1. Otoritas**

Dalam komunikasi organisasi pastilah ada oknum atau orang-orang yang berwenang untuk memutuskan dan menyampaikan hasil keputusannya kepada seluruh karyawannya. Tidak semua orang memiliki hak seperti ini, hanya beberapa orang yang diberikan otoritas dari perusahaan yang memiliki hak seperti ini, contohnya diberikan kepada manajer level atas, level menengah dan level bawah. Orang-orang yang memiliki otoritas legitimasi atau otoritas yang sah dari perusahaan memiliki kewajiban dan hak untuk membuat keputusan secara tepat dan tepat yang kemudian mengkomunikasikannya kepada seluruh karyawan yang bersangkutan.

Kewenangan atau otoritas oleh orang-orang yang telah diberikan kewenangan oleh perusahaan. misalkan pada bagian personalia yang ada dalam perusahaan memiliki tugas untuk memastikan bahwa sumber daya manusia yang dibutuhkan bisa bekerja secara efektif dalam perusahaan. sumber daya manusia harus efektif tidak merasa kekurangan SDM ataupun tidak kelebihan SDM, maka bagian personalia akan berusaha sebaik mungkin untuk memastikan bahwa kinerja karyawan sudah bisa sesuai dengan standard yang telah ditetapkan atau efektif. Personalia berhak untuk memberikan teguran dan sanksi terhadap karyawan yang tidak melakukan tugasnya dengan baik dan karyawan yang melanggar pada peraturan perusahaan.

Top manajer juga berhak atas pengawasan kinerja dari bawahannya, misalkan saja tentang manajer pemasaran yang harus mengawasi kinerja karyawan seperti hasil penjualan dari sales. Sales memiliki tanggung jawab meningkatkan penjualan produk dari MCD, apabila sales tidak bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk maka manajer pemasaran memiliki kewenangan menegur atau memberikan sanksi terhadap sales yang bersangkutan. Manajer akan cenderung mengkomunikasikan hal tersebut dengan cara memberikan teguran tentang hasil penjualan yang tidak meningkat ataupun menurun, dengan sejumlah sanksi yang akan diterima oleh sales jika target tidak terpenuhi dalam beberapa target penjualan tertentu, dengan harapan sales bersangkutan dapat memberikan *feedback* yang positif yaitu dapat meningkatkan penjualan dari sales bersangkutan.

Karyawan yang diberikan otoritas tertentu juga telah melewati beberapa seleksi tertentu untuk mengemban amanat kewenangan tersebut dalam perusahaan, maka karyawan yang memiliki kewenangan tersebut memiliki standar minimal dari perusahaan yaitu meliputi pendidikan formal maupun informal (pelatihan dan sertifikasi yang didapatkan) dan minimal pengalaman kerja yang memenuhi persyaratan.

## 2. Informasi Organisasi

Kewenangan yang sudah diberikan dari perusahaan kepada beberapa orang yang terpilih tersebut sudah diatur semuanya dalam SOP (*standard procedure system*) yang tertulis dalam perusahaan, sehingga semua tindakan sudah diatur langkahnya dan bagaimana penanganannya dalam SOP tersebut, sehingga

pengkomunikasian setiap langkah yang diambil akan tersampaikan dengan benar sesuai dengan SOP yang tertulis, seperti SOP tentang pengambilan jenang kepada yang akan diberikan kepada tamu, yaitu seperti saat perusahaan akan melakukan komunikasi eksternal biasanya mereka akan memberikan bingkisan ataupun jamuan berupa jenang, yang mana pengambilan jenang tidak boleh dilakukan secara sembarangan dan harus melalui sejumlah prosedur yang harus dilaksanakan. Prosedur dapat dilihat pada lampiran 3.

Peraturan-pereaturan yang tertulis dan tidak tertulis ikut serta dalam pengkomunikasian terhadap kinerja karyawannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan. karyawan yang sudah mengikuti tata tertib perusahaan adalah karyawan yang sudah ikut mensukseskan tujuan perusahaan sesuai dengan Visi Misi perusahaan. ada juga peraturan yang tidak tertulis tetapi bisa berjalan dengan lancar karena semua mentaati peraturan tidak tertulis tersebut, salah satunya adalah cara berbusana pada karyawati yang bekerja di MCD. Karyawati yang bekerja di MCD harus menggunakan busana yang menutupi aurat perempuan sepanjang pertengahan paha dan menggunakan kerudung yang menjulur dan menutupi dada, pakaian bawah yang dikenakan juga tidak boleh menjiplak pada pakaian tubuh penggunaannya sehingga terlihat sekali kebijakan ini dominan sesuai hukum dalam agama islam, tetapi tanggapan dari karyawati di MCD positif, mereka menganggap bahwa mereka merasa terjaga dengan kebijakan tersebut, mereka merasa senang dan kinerja mereka juga menjadi semakin baik karna kebijakan tersebut.



### 3. Sumber daya Alokatif

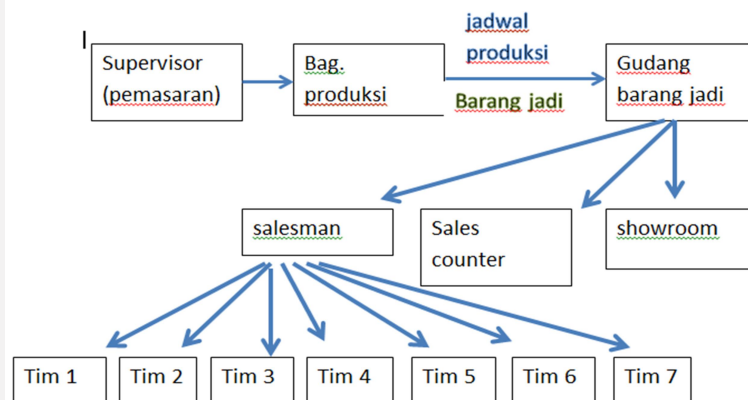
Sumber otoritatif seperti sumber materi yang diberikan kepada karyawan sangat membantu meningkatkan kinerja karyawan dalam beberapa kasus, tetapi tidak memungkiri ada beberapa keuntungan materi yang membuat kinerja karyawan menjadi menurun, sehingga di mubarakfood setiap tahun ada evaluasi kinerja karyawan yang akan memberikan kenaikan tunjangan karyawan yang berbeda sesuai dengan hasil evaluasi kinerja. Maka dari itu karyawan yang memiliki nilai baik kinerjanya akan mendapatkan tambahan tunjangan yang disebut dengan premi kinerja. Evaluasi kinerja dilakukan setiap tahun mengacu dengan penilaian dari kepala bagian dengan objectivitas tinggi, kemudian hasil penilaian akan dipenalti dengan penalti yang telah dihitung jumlahnya sebagai pengurangan, barulah nanti akan mendapatkan hasil yang kongkret sebagai hasil penilaian kerja dan berpengaruh terhadap kenaikan premi kinerja pada karyawan. Pemberian premi kinerja ini berpengaruh terhadap kinerja karyawan dengan kata lain sumber daya otoritatif sudah bisa diterapkan di MCD.

### 4. System Manajemen Dan Pengawasan

Dari 4(empat) *system* manajemen organisasi yang ada (eksploitasi otoritas, benevolen otoritas, konsultatif otoritas dan parsitipatif) sudah menerapkan beberapa kebijakan-kebijakan yang diterapkan sudah sampai pada tahap konsultatif karena sudah ada banyak kasus yang sudah memenuhi syarat sebagai manajemen organisasi konsultatif sebagai contohnya sudah banyak kejadian pimpinan akan berkonsultasi dengan karyawan tingkat bawah untuk mengambil keputusan dan pimpinan percaya pada karyawan dengan keputusan yang diambil

dan sebagai contoh saat ada masalah digudang penyimpanan kayu bakar yang sering lembab dan basah ketika musim hujan, sehingga pimpinan mengadakan rapat dengan semua karyawan di bagian produksi level bawah sehingga memiliki keputusan yang disepakati bersama yaitu mengganti atap dengan viber yang tembus dengan panas matahari dan ini terbukti menekan kerugian produksi sebesar 50%, hal ini membuktikan bahwa pimpinan memberikan kepercayaan pada karyawan dalam mengambil keputusan. manajer tingkat menengah juga sudah memiliki tanggung jawab terhadap kemajuan kinerja perusahaan. komunikasi vertical dan horizontal juga berjalan dengan baik seperti yang ada pada struktur perusahaan pada gambar 3.1 berjalan dengan baik bahkan ada rapat yang disebut sebagai rapat *rebonan* dilakukan setiap hari rabu demi mengkomunikasikan permasalahan-permasalahan yang terjadi pada setiap bagian. Dan juga komunikasi horizontal berjalan baik antara karyawan dengan kerjasama yang baik membuktikan komunikasi berjalan dengan lancar. Rapat evaluasi tahunan juga digelar rutin setiap tahun guna mendengarkan keluhan dan kendala dari setiap divisi yang pesertanya kepala bagian setiap lini yang ada. Rapat tahunan yang diselenggarakan biasanya akan mendapatkan hasil seperti kebijakan baru, perubahan peraturan ataupun pembaharuan kebijakan yang telah ada, kemudian setelah itu para kepala bagian akan mengkomunikasikanya kepada semua bawahan yang ada pada divisinya. Alur dari komunikasi ini juga jelas, setiap hari diadakan *breafing* sebelum memulai kerja, guna untuk memastikan tugas apa saja yang akan dilakukan pada hari tersebut.

Komunikasi internal antar bagian yang ada juga bisa menciptakan sebuah alur komunikasi yang digunakan perusahaan dalam penciptaan barang, sebagai contohnya adalah komunikasi antara pemasaran dan juga bagian produksi yang bisa dilihat alurnya pada gambar 3.3



Sumber: observasi di MCD

### Gambar 3. 2 Alur komunikasi Internal Pemasaran dan Produksi bagian pemasaran

dalam alur komunikasi ini akan dimulai dari *supervisor* yang akan mengolah data penjualan historis dan perkiraan penjualan pada periode tertentu yang akan di komunikasikan kepada bagian produksi yang nantinya bagian produksi akan mengolahnya menjadi jadwal produksi sesuai dengan permintaan dari bagian pemasaran. Nantinya bagian produksi akan mengkomunikasikan jadwal produksi pada karyawan yang ikut serta dalam proses produksi,. Setelah barang jadi, barang akan akan diantarkan kepada gudang barang jadi dan menyerahkan jumlah barang yang diserahkan kepada gudang barang jadi. Setelah

itu barang akan didistribusikan kepada 3 bagian utama penjualan di MCD yaitu ada showroom, sales counter dan juga salesman dengan data yang didapatkan dari supervisor pada pengolahan data hisoris yang ada pada tahap awal. Khusus bagi salesman akan dibagi lagi dengan 7 tim dengan wilayah tertentu dalam penjualannya, yang mana dari 7 tim tadi akan melakukan kegiatan pemasaran sesuai dengan wilayah salesman dengan barang bawaan yang telah ditentukan jenisnya, 7 wilayah tersebut diantaranya adalah:

1. Tim 1: daerah kudus (mubarak dus)
2. Tim 2: jawa tengah meliputi bagian semarang salatiga dan boyolali (jenang kemasan kardus, jennag mika, coklat, dodol)
3. Tim 3: jawa tengah bagian timur dan sebagian wilayah jawa timur(jenang kemasan kardus)
4. Tim 4: jawa tengah bagian timur dan sebagian wilayah jawa timur (jenang mika, dodol dan coklat)
5. Tim 5: jawa tengah bagian barat dan sebagian wilayah jawa barat (jenang kemasan kardus)
6. Tim 6: jawa tengah bagian barat dan sebagian wilayah jawa barat (jenang mika, dodol dan coklat)
7. Tim 7: jawa barat (jenang kardus, jenang mika, dodol dan coklat)

Para *salesman* dapat melaksanakan pekerjaan yang baik sesuai dengan wilayahnya dikarenakan adanya komunikasi organisasi sehingga mereka tidak akan tertukar wilayah atau *double sales* pada wilayah perbatasan teritorinya masing-masing.

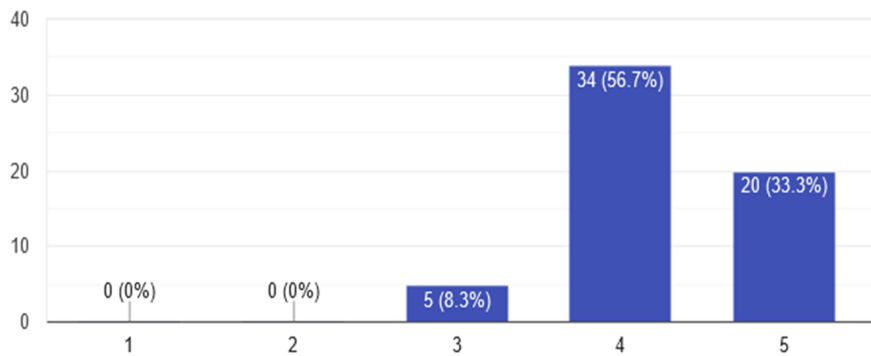
## 5. Hasil kuesioner

Dalam kegiatan magang kali ini saya juga menyebarkan kuesioner yang memiliki pernyataan tentang komunikasi organisasi dan juga kinerja pada 60 responden yang dipilih sesuai dengan 4 pilar manajemen yaitu pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan produksi di Mubarakfood Cipta Delicia. Kuesioner yang saya sebar memiliki hasil sebagai berikut yang dapat dilihat hasilnya pada gambar 3.4 sampai 3.19 berikut:

### A. Komunikasi Organisasi

1. atasan selalu mengkomunikasikan tugas dan kebijakan perusahaan.

60 responses



Sumber: hasil kuisieioner pada karyawan MCD

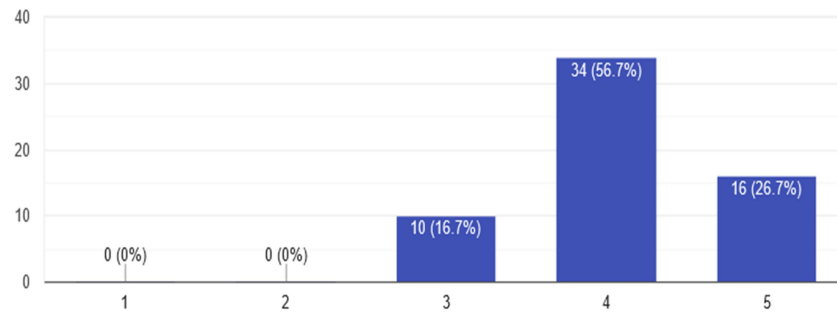
### Gambar 3. 3 Hasil Kuesioner Pernyataan 1 Komunikasi Organisasi

Pada pada gambar 3.4, dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan sebanyak 34 orang (56,7%), 20 orang (33.3%) menyatakan sangat setuju dan 5 orang (8,3%) menyatakan ragu ragu terhadap pernyataan “atasan selalu mengkomunikasikan tugas dan kebijakan perusahaan”.

2. pegawai dengan mudah melakukan komunikasi dengan atasan atau kepala bagian



60 responses



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

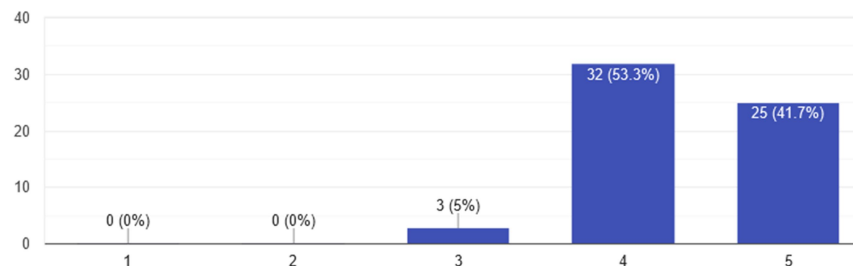
### **Gambar 3. 4 Hasil kuesioner pernyataan 2 Komunikasi Organisasi**

Pada gambar 3.5, dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan 34 orang (56,7%), 16 orang (26,7%) menyatakan sangat setuju dan 10 orang (16,7%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “pegawai dengan mudah melakukan komunikasi dengan atasan”.

3. dengan rekan kerja, koordinasi dan kerjasama terhadap pekerjaan dapat terjalin dengan mudah



60 responses



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

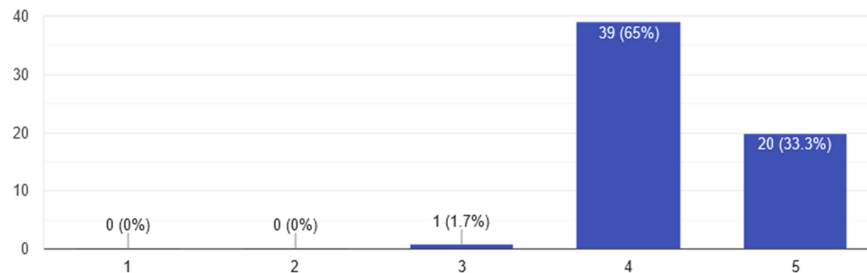
### **Gambar 3. 5 Hasil Kuesioner Pernyataan 3 komunikasi Organisasi**

Pada gambar 3.6 dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan 32 orang (53,3%), 25 orang (41,7%) menyatakan sangat setuju dan 3 orang (5%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “dengan rekan kerja, koordinasi dan kerjasama terhadap pekerjaan darjalin dengan mudah”.

4. saya mampu berkomunikasi dengan rekan satu tim saya

 Copy

60 responses



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### **Gambar 3. 6 Hasil Kuesioner Pernyataan 4 Komunikasi Organisasi**

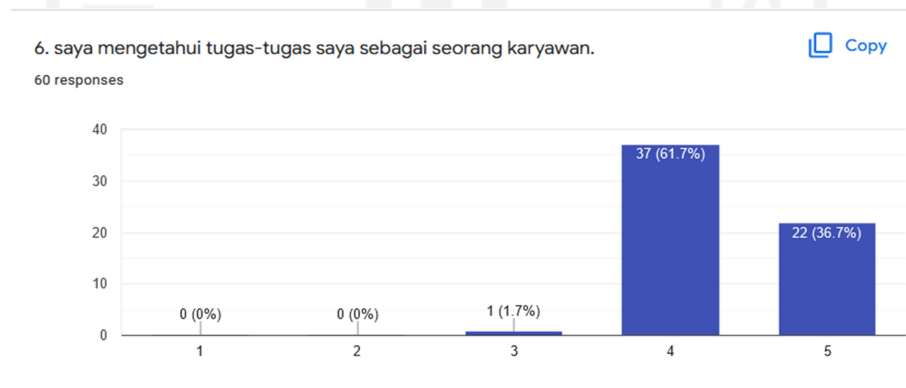
Pada gambar 3.7 dari 60 responden mayoritas orang memilih setuju dengan perolehan 39 orang (65%) 20 orang (33,3%) menyatakan sangat setuju dan 1 orang (1,7%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya mampu berkomunikasi atas rekan satu tim saya”.



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### **Gambar 3. 7 Hasil Kuesioner Pernyataan 5 komunikasi Organisasi**

Pada gambar 3.8 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 45 orang (75%), 12 orang (20%) menyatakan sangat setuju dan 3 orang (5%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “jika suatu saat diperlukan saya bisa berkomunikasi dengan divisi lain”.



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### **Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner Pernyataan 6 Komunikasi Organisasi**

Pada gambar 3.9 dari 60 responden mayoritas mnyatakan setuju dengan perolehan 37 orang (61,7%), 22 orang (36,7%) menyatakan sangat setuju, dan 1



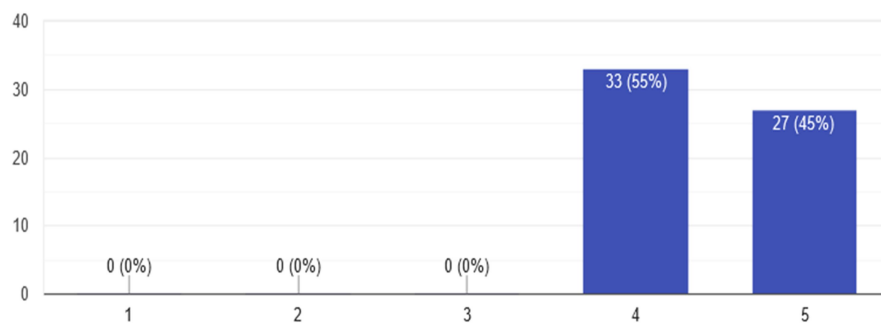
orang (1,7%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya bisa mengetahui tugas-tugas saya sebagai seorang karyawan”.

## B. Kinerja

1. saya paham dengan tugas-tugas saya sebagai karyawan

 Copy

60 responses



Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD

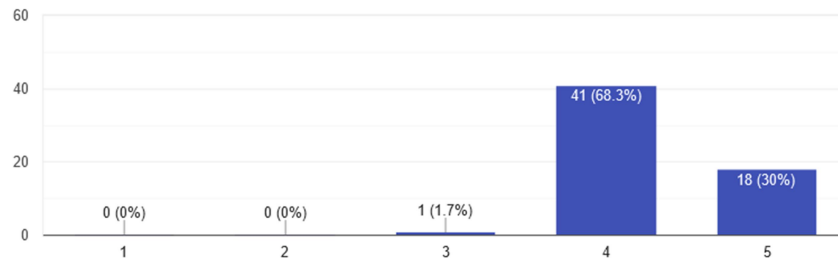
### Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner Pernyataan 1 Kinerja

Pada gambar 3.10 dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan 33 orang (55%) dan 27 orang (45%) menyatakan sangat setuju “saya paham dengan tugas-tugas saya sebagai keryawan”.

2. saya mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan kepada saya.



60 responses



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

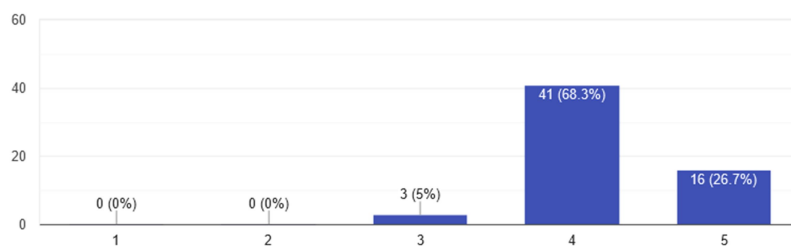
### Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner Pernyataan 2 Kinerja

Pada gambar 3.11 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 41 orang (68,3%), 18 orang (30%) menyatakan sangat setuju dan 1 orang (1,7%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan kepada saya”.

3. saya bekerja sesuai dengan prosedur dan waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



60 responses

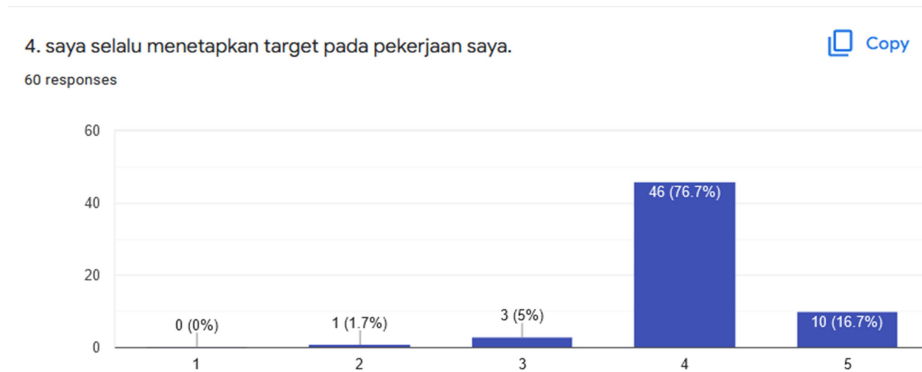


*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### Gambar 3. 11 Hasil Kuesioner Pernyataan 3 kinerja

Pada gambar 3.12 dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan 41 orang (68,3%), 16 orang (26,7%) menyatakan sangat setuju, dan 3

orang (6%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya bekerja dengan prosedur dan waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan”.



Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD

**Gambar 3. 12 Hasil Kuesioner Pernyataan 4 kinerja**


Pada gambar 3.13 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 46 orang (76,7%), 10 orang (16,7%) menyatakan sangat setuju, 3 orang (5%) menyatakan ragu-ragu dan 1 orang (1,7%) memilih tidak setuju atas pernyataan “saya selalu menetapkan target pada pekerjaan saya”.



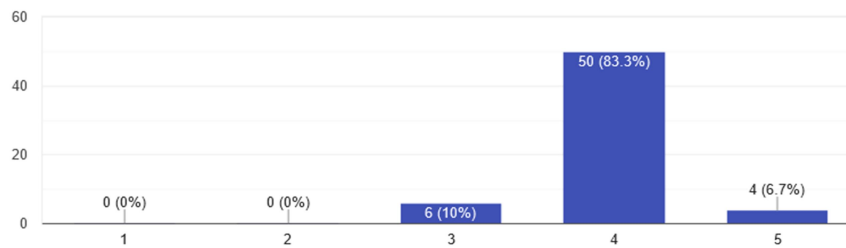
Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD

**Gambar 3. 13 Hasil Kuesioner Pernyataan 5 Kinerja**

Pada gambar 3.14 dari 60 responden mayoritas memilih setuju dengan perolehan 31 orang (51,7%), 2 orang(3,3%) menyatakan sangat setuju, 25 orang (41,7%) menyatakan ragu-ragu dan 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan “saya selalu memenuhi target pekerjaan melebihi karyawan lain”.

6. saya selalu menyelesaikan tugas yang diberikan kepada saya dengan tepat waktu.  Copy

60 responses



Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD

### **Gambar 3. 14 Hasil Kuesioner Pernyataan 6 Kinerja**

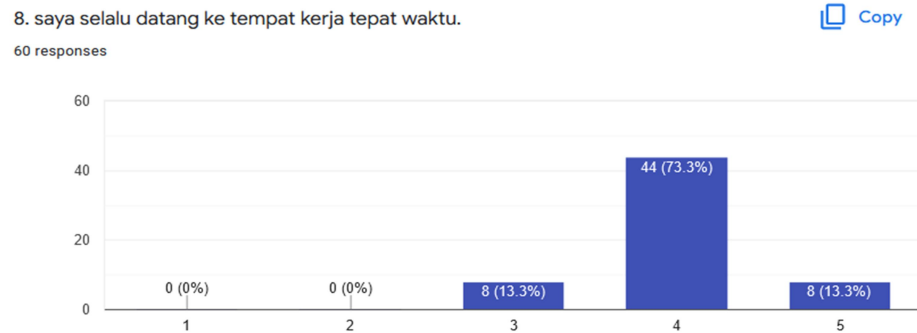
Pada gambar 3.15 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 50 orang (83,3%), 4 orang (6,7%) menyatakan sangat setuju dan 6 orang (10%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya selalu menyelesaikan tugas yang diberikan kepada saya dengan tepat waktu”.



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### Gambar 3. 15 Hasil Kuesioner Pernyataan 7 Kinerja

Pada gambar 3.16 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 50 orang (83,3%), 6 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 2 orang (3,3%) menyatakan ragu-ragu dan 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju atas pernyataan “saya memiliki kemampuan sesuai dengan pekerjaan saya”.



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

### Gambar 3. 16 Hasil Kuesioner Pernyataan 8 Kinerja

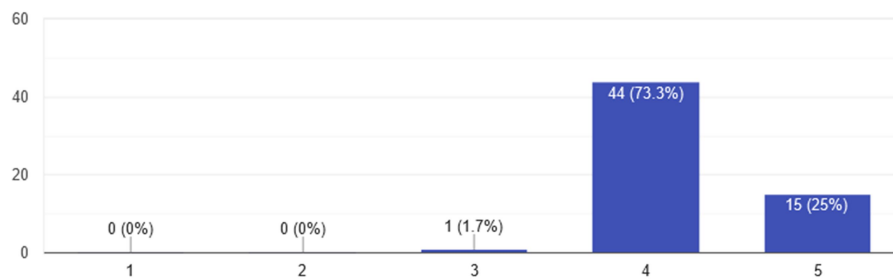
Pada gambar 3.17 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 44 orang (73,3%), 8 orang (13,3%) menyatakan sangat setuju dan 8

orang (13,3%) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya selalu datang ketempat kerja tepat waktu”.

9. saya merasa bertanggung jawab terhadap tugas-tugas yang diberikan organisasi terhadap saya.



60 responses



*Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD*

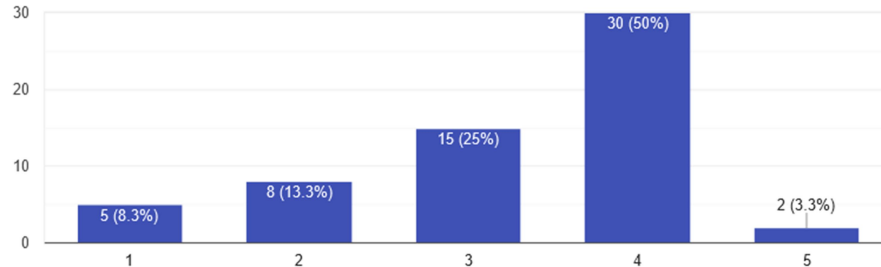
### **Gambar 3. 17 Hasil Kuesioner Pernyataan 9 Kinerja**

Pada gambar 3.18 dari 60 responden menyatakan setuju dengan perolehan 44 orang (73,3%), 15 orang (25%) menyatakan sangat setuju dan 1 orang (1,7) menyatakan ragu-ragu atas pernyataan “saya merasa bertanggung jawab terhadap tugas-tugas yang diberikan organisasi terhadap saya”.

10. saya bisa mengerjakan tugas-tugas saya sendiri tanpa bantuan dari teman saya.



60 responses



Sumber: hasil kuiseioner pada karyawan MCD

### Gambar 3. 18 Hasil Kuesioner Pernyataan 10 Kinerja

Pada gambar 3.19 dari 60 responden mayoritas menyatakan setuju dengan perolehan 30 orang (50%), 2 orang (3,3%) menyatakan sangat setuju, 15 orang (25%) menyatakan ragu-ragu, 8 orang (13,3%) menyatakan tidak setuju dan 5 orang (8,3%) menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan “saya bisa mengerjakan tugas-tugas saya sendiri tanpa bantuan dari teman saya”.

Selain komunikasi secara internal seperti komunikasi *vertical* dan *horizontal* organisasi juga melakukan komunikasi *external* seperti pada bagian personalia sendiri seperti kunjungan perusahaan. kunjungan perusahaan biasanya akan diadakan bagi instansi luar perusahaan dengan penanggung jawab dari perusahaan itu sendiri sebagai contoh adalah adanya kunjungn pada museum GUSJIGANG yang ada pada MCD tepatnya pada divisi *showroom*. Alur komunikasi komunikasi kunjungan museum GUSJIGANG dapat dilihat pada gambar 3.20.



Sumber: observasi di MCD

**Gambar 3. 19 Alur Komunikasi Kunjungan Perusahaan dan Kunjungan Museum**

Instansi yang biasanya melakukan kunjungan mada museum dan perusahaan biasanya adalah instansi pendidikan formal dari tingkat TK/PAUD sampai dengan perguruan tinggi. Dari instansi tersebut mereka akan mengkomunikasikan rencana kunjungan kepada perusahaan berupa surat permohonan dari instansi yang bersangkutan, setelah surat permohonan disetujui dari bagian personalian akan memberikan *feedback* berupa konfirmasi tanggal dan juga penawaran paket bingkisan jenang yang akan diberikan kepada peserta kinjungan, setelah bagian personalia dan juga instansi setuju dengan apa yang ditawarkan personalia langkah selanjutnya adalah pihak personalia akan menyiapkan paket jenang yang telah disepakati dan mengkomunikasikan kunjungan kebagian pemasaran selaku penanggung jawab divisi showroom yang selanjutnya pesan tersebut akan diteruskan kepada divisi showroom, selanjutnya dari pihak showroom akan menyiapkan *guide*/pemandu berjalanya kunjung pada

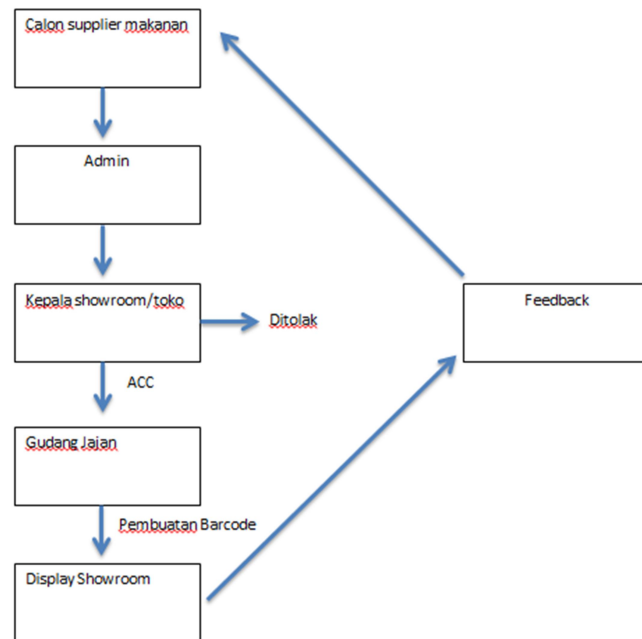


tanggal yang telah disepakati. Kesimpulanya, dari pihak luar perusahaan mengkomunikasikan tujuannya pada perusahaan dan akan mendapatkan feedback berupa tindakan-tindakan yang diinginkan oleh pihak luar perusahaan tersebut. Mengkomunikasikannya berupa mengirimkan surat permohonan, feedback yang didapatkan oleh pihak luar perusahaan berupa komunikasi paket jenang dari pihak personalia dan penyediaan *guide*/pemandu selama kunjungan berlangsung dari pihak showroom.

Contoh lain lagi adalah komunikasi saat penawaran produk titipan kepada pihak showroom sebagai penyedia tempat penjualan produk dari pihak eksternal perusahaan. salah satu tujuan MCD dalam mengembangkan perusahaannya tidak hanya pada produk jenang ataupun dodol yang diproduksi oleh MCD tetapi juga dengan memberdayakan ataupun ikut meningkatkan penjualan pada produk UMKM yang ada di kodus. Salah satunya seperti madumongso, ikan bandeng juwana, brem solo dan masih banyak lagi. Demi melaksanakan salah satu tujuan dari perusahaan tersebut maka dibangunlah showroom yang akan mewujudkan tujuan tersebut dengan cara ikut menjualkan pada produk UMKM Kudus dan sekitarnya, maka tidak jarang calon-calon supplier yang menawarkan produknya pada showroom di MCD. Dan beginilah alur komunikasi yang haru dilewati saat menawarkan produknya pada MCD. Alur komunikasi penawaran barang dapat dilihat pada gambar 3.21.

Alur Komunikasi Eksternal penjualan Produk

Konsinyasi/Titipan di Showroom



Sumber: observasi di MCD

**Gambar 3. 20 Alur Komunikasi Eksternal Penjualan Produk Titipan**

Alur komunikasi eksternal barang titipan sebagai berikut ini. Calon *supplier* akan membawa barang produknya yang akan dititipkan di *showroom* langsung menemui pada admin *showroom* yang nantinya akan diarahkan pada kepala *showroom* sebagai persetujuan dan apakah produk tersebut layak dititipkan di *showroom* atau tidak dengan memberikan penilaian pada tampilan, pengemasan dan P-irt dari produk tersebut. Keputusan dari kepala *showroom* adalah ditolak dan disetujui, jika ditolak maka tidak bisa dititipkan di *showroom* jika disetujui maka akan berlanjut pada proses berikutnya yaitu menaruh produk di gudang jajan dan melakukan kegiatan administrasi pada gudang jajan seperti pembuatan *barcode* dan memasukan jumlah yang dititipkan di system yang ada pada data penjualan *showroom* setelah kegiatan administrasi selesai maka barang dapat

*display* di *showroom*. Feedback yang didapatkan *supplier* adalah pembayaran yang akan di bayarkan di minggu selanjutnya dan produknya bisa ikut dijual di *showroom* Mubarokfood Cipta Delicia bersama produk yang diproduksi oleh MCD.

Dari peraturan, alur komunikasi, SOP dan peraturan perusahaan membuat budaya perusahaan akan mengikuti pada hal-hal yang telah ditetapkan. Budaya perusahaan yang baik seharusnya mendekati pada peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Di Mubarokfood Cipta Delicia sendiri budaya perusahaan sudah mendekati pada peraturan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh adalah *job-description* yang telah ditetapkan oleh perusahaan antar divisi dari karyawan sendiri sudah dapat mengolah langkah-langkah yang akan memudahkan pada tugasnya sebagai seorang karyawan. Dari pandangan solidaritas antar karyawan juga terpantau baik sebagai contohnya adalah pembagian shift kerja pada *showroom* yang mana mereka telah dijadwal dan dikomunikasikan dengan baik tetapi terkadang memang ada karyawan yang memiliki kepentingan pada hari dan dan waktu yang bersamaan dengan jam kerja karyawan, maka dari itu karyawan akan melakukan tukar shift dengan karyawan yang lain sebagai tindakan memenuhi tugas mereka sebagai karyawan di MCD. Adalagi sebagai budaya organisasi tersebut seperti menghadiri rapat rutin, apakah rapat tersebut dihadiri seluruh anggota yang bersangkutan atau tidak dan apakah rapat tersebut bisa dilaksanakan tepat waktu sesuai waktu yang telah ditetapkan.

Basa-basi dan menceritakan kejadian yang dialami dari setiap karyawan adalah merupakan budaya organisasi social dan *passion* yang bertujuan agar

pekerjaan tidak membosankan dan komunikasi berjalan dengan dinamis. Dan budaya perusahaan ini juga mendukung pada komunikasi organisasi, apakah komunikasi tersebut bisa tersampaikan dengan baik dan mendapatkan *feedback* yang positif dengan budaya organisasi yang sedemikian rupa.

### **3.1.5 Peranan Ketidakjelasan Informasi Saat Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan**

Pada teori yang dikemukakan oleh Bales (1970) seperti yang sudah dijelaskan di Bab 2 tentang interaksi organisasi dinyatakan sebagai berikut ini:

1. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling berbagi informasi, maka kelompok akan mengalami “masalah komunikasi”.
2. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling berbagi pendapat maka kelompok akan mengalami “masalah evaluasi”.
3. Jika masing-masing anggota kelompok tidak saling bertanya dan memberikan saran, maka kelompok akan mengalami “masalah pengawasan”.
4. Jika masing-masing anggota kelompok tidak bisa mencapai kesepakatan maka mereka akan mendapatkan “masalah keputusan”.
5. Jika tidak cukup “dramatisasi” dalam kelompok maka akan muncul masalah “ketegangan”
6. Jika anggota kelompok berperilaku tidak ramah atau tidak bersahabat, maka akan terdapat masalah reintegrasi yang berarti kelompok tidak mampu membangun “perasaan kita” atau kesatuan (*cohesiveness*) dalam kelompok.

MCD sendiri juga pernah menemui permasalahan yang disebutkan diatas, jenis-jenis permasalahan tersebut antara lain:

1. Masalah komunikasi

Dalam MCD sendiri gedung pengemasan dibagi menjadi 2 bagian, yaitu bagian lantai 1 (kanit 1) dan lantai 2 (kanit 2), dalam kasus ini kanit 1 masih memiliki sisa jenang yang belum dikemas sisa dari produksi dihari sebelumnya, jenang tersebut harus dikemas terlebih dahulu sebelum mulai mengemas jenang hasil produksi dihari tersebut. Pada hari itu masih ada 2 rak jenang yang belum dikemas sedangkan hasil hari ini ada 10 rak jenang yang nantinya akan dibagi rata kepada kedua kanit tersebut, karena kanit satu masih memiliki 2 rak jenang maka belum bisa menerima hasil produksi dihari tersebut, sehingga harus dilimpahkan pada kanit 2, tetapi masalah komunikasi terjadi diantara kedua kanit yang mana komunikasi tidak disampaikan oleh kanit 1 kepada kanit 2 sehingga ketika sore hari masih ada jenang yang belum dikemas dengan tidak ada yang tau jenang tersebut jatuh kanit 1 atau kanit 2 sehingga terjadi gangguan komunikasi yang menyebabkan kerja dari karyawan terhambat.

2. Masalah evaluasi

Untuk permasalahan evaluasi yang banyak terjadi diawal berdirinya perusahaan tersebut yang membuat kinerja dan komunikasi tersendat maka dari MCD sendiri berinisiatif mengadakan rapat rutin yang diikuti

oleh divisi tertentu demi berkoordinasi dan mengevaluasi kegiatan selama 1 minggu dan dilaksanakan setiap hari rabu.

3. Masalah pengawasan

Masing-masing kelompok atau divisi harus sering melakukan konfirmasi-konfirmasi pada setiap gejala perubahan yang ada agar tidak terjadi masalah pengawasan, sebagai contohnya disini adalah divisi pemasaran dan juga produksi yang mana ditujukan pada bagian packing barang, permintaan barang bisa berubah-ubah dengan gejala tertentu, maka dari itu pihak pemasaran harus melakukan pengawasan terhadap permintaan barang di pasar dengan cara bertanya pada divisi showroom, salesman ataupun sales counter dan mengkomunikasikanya pada bagian produksi.

4. Masalah keputusan

Permasalah keputusan ini akan terjadi apabila anggota tidak bisa mencapai kesepakatan. Dalam kasus ini banyak terjadi saat rapat evaluasi tahunan yang diadakan oleh MCD tetapi semua keputusan akan dikembalikan kepada pemimpin perusahaan.

5. Masalah ketegangan

Dalam kasus ini ketegangan dapat dilepaskan dengan bercerita atau berbagi cerita dengan teman kerja yang nantinya akan menciptakan budaya perusahaan yang dinamis dan nyaman pada perusahaan. tidak jarang karyawan di MCD bercerita sambil bekerja dengan batasan-batasan tertentu, secara tidak langsung mereka sedang melepas ketegangan yang tercipta karena pekerjaan.

#### 6. Masalah kesatuan

Factor *like and dislike* akan menjadi penentu apakah komunikasi akan bisa dijalankan dengan lancar atautkah tidak, biasanya factor *like and dislike* ini terjadi antar karyawan, tidak jarang permasalahan ini membuat permasalahan komunikasi organisasi dan hubungan antar karyawan menjadi renggang sehingga menimbulkan masalah kesatuan.

Komunikasi organisasi ini menjadi ujung tombak bagi pihak perusahaan menciptakan dinamisasi perusahaan, menggerakkan karyawan agar dapat bekerja dengan baik sehingga mereka akan ikut memajukan perusahaan dan mewujudkan visi dan misi perusahaan yang nantinya akan berimbas pada pemenuhan kebutuhan karyawan.

## BAB IV

### Kesimpulan dan Saran

#### 4.1 Kesimpulan

Setelah melakukan magang di Mubarakfood Cipta Delicia mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan komunikasi Mubarakfood Cipta Delicia secara *vertical* dan *horizontal* dan juga komunikasi di *internal* perusahaan dan *eksternal* perusahaan sudah bisa dilaksanakan dengan baik sehingga kinerja karyawan dapat terbilang baik karena informasi yang disampaikan secara jelas dan melalui jalur komunikasi yang telah ditentukan sehingga kinerja karyawan dapat dikategorikan baik. Sehingga bisa disimpulkan bahwa informasi organisasi berperan penting terhadap kinerja karyawan CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA.
2. Ditinjau dari teori Bales (1950) yang memaparkan tentang masalah komunikasi, masalah evaluasi, masalah pengawasan masalah keputusan, ketegangan dan dramatisasi yang pernah terjadi di CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi saat komunikasi organisasi menimbulkan kinerja karyawan terhambat, yang menimbulkan penyimpangan ataupun keterlambatan penyelesaian tugas yang diberikan oleh perusahaan.



## 4.2 Saran

Setelah melakukan kegiatan magang di Mubarokfood Cipta Delicia selama 12 minggu dan telah selesai membuat laporan magang, saya memiliki saran bagi Mubarokfood Cipta Delicia sebagai berikut:

1. Sering terjadi *miss komunikasi* dari karyawan, terutama pada hal kebijakan perusahaan, karyawan sering salah mengartikan kemurahan dari perusahaan dan juga hak dari karyawan, sebagai contoh masalah absen, sering sekali karyawan mengartikan telat absen adalah sebagai hak mereka yang bisa digunakan. Maka dari itu bisa dikomunikasikan lagi tentang hak perbedaan hak dan juga kemurahan dari perusahaan.
2. Perlunya perbaikan pada sistem penjualan jenang dan juga barang titipan yang ada di *showroom*, karena sistem ini termasuk salah satu jenis komunikasi, sehingga sering terjadi kosongnya stok pada komputer tetapi barang masih tersedia yang membuat kinerja terhambat.
3. Komunikasi gudang dan *showroom* yang kurang dinamis. Sehingga sering terjadi gudang jajan memberikan stok yang banyak kepada showroom sedangkan stok barang masih sangat banyak, sehingga showroom tidak ada tempat untuk display barang sedangkan ruang penyimpanan di showroom sudah penuh.

4. Komunikasi gudang dan showroom yang kurang dinamis. Komunikasi antara gudang jajan dan juga *showroom* terkadang tidak lancar sehingga membuat barang dengan jenis yang sama tersedia banyak sekali di *showroom*, sedangkan tempat display dan penyimpanan di *showroom* sudah tidak ada lagi. Sebaiknya sistem di gudang jajan dan *showroom* dipisahkan.





## DAFTAR PUSTAKA

- A Allen, L. (1958). *Management and Organization*. New York: McGraw-Hill.
- Barker, J., & Cheney, G. (2003). The Concept And the Practice of diciplin of Conteporary Organization life. Dalam L. a. Foss, *Theories of Human Communications* (hal. 265-266).
- Bernard, B., & Grey, S. (1964). *Human Behavior: An Infentory of Scientific Finding* . New York: Harcourt, Brace and world.
- Burns, T., & Stalker, G. (1961). *The Management of innovation*. London : Tavistock Publication.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, Elfinaro.
- EM Griffin. (1991). *A First Look Communications Theory*. New York: Mc: Graw-Hill.
- Everett M, R., & Kincaid, D. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. Michigan: Free Press.
- Fitria, U. S., & Pohan, D. D. (2021). Jenis-Jenis komunikasi. *Cybernetics*, 33-37.
- G. March, J., & A.Simon, h. (1958). *Organizations*. New York: John Wiley and Sons.
- Giddens, A. (2003). A First Look at Communication Theory. In G. McClish, *Special Consultant: Glen McClish* (pp. 246-247). New york: McGrawa-hill.
- Goldhaber, G. M. (1993). *organizational communication*. united state: WM. C Brown.
- HRIS. (2020, Mei). *Penertian Kinerja Karyawan*. Retrieved from Insight Talenta: <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/kinerja-karyawan-dan-faktor-faktor-yang-memengaruhinya/>
- Moehariono. (2009). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morisson. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP-KENCANA.

- Murdiyatomoko, J. (2007). *Sosiologi: Memahami dan Mengkaji Masyarakat*. Bandung : Grafindo Media Pratama.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Perouw, C. (1972). *Complex Organization: A Critical Essay*. Chicago: Glenview.
- Robert F, B. (1590). *Interaction Procces Analysis: A Method Of the Study Of Small Group* . London: Addison-wesley.
- Sadarmayanti. (2011). *Manajemen sumber Daya Manusia*. Bandung : Rafika Aditama.
- Schein, E. (2004). *Orgabizatiaon: Culture and Leadership*. London: Jossey-Bass.
- Silviani, D. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Stohl, C. (1995). Organization Communication: Connectectedness in Action. In littlejohn and foss, *Theories of Human Communication* (p. 2008). America: Belmont.
- Tomkins, P., & Cheney, G. (1985). *Organization Communication: Traditional and New Direction*. chicago: Sage.
- Tomkins, P., & Cheney, g. (n.d.). *Organiziation Communication*.
- Weber, M. (1947). theory of human communications. *The Theory of Social and Economic Organization* , 254.
- Wick, C. (1979). *The Social Psycology of Organizing*, 2. America: addison-wesley.
- Wiryanto. (2006). komunikasi organisasi. In airlanggan. jakarta.
- Wright , A., & John Jr, L. (1995). Communication Effect Of Advertising Vs, Direct Experience When Both Search And Experience Attribut are Present. *Journal Of Consumer Research*, 708-710.
- Zahira. (2020, november). *Jenis-Jenis Komunikasi Organisasi*. Retrieved from Diznet: <https://diznet.co.id/2020/11/jenis-komunikasi-organisasi/>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: surat keterangan magang

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 05/MCD/SK/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meilany Astining Asih, S.KM  
 Jabatan : Kepala Bagian Personalia  
 Mubarokfood Cipta Delicia  
 Alamat : Jl. Sunan Muria No. 33 A Kudus 59313

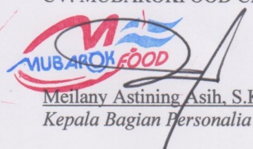
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang tersebut di bawah ini :

No	Nama	NIM	Jurusan
1	Fatkhil Abdie Royan	19211017	D3-Manajemen

Telah melaksanakan magang/riset di CV. Mubarokfood Cipta Delicia terhitung mulai tanggal 14 Maret 2022 s/d 14 Juni 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kudus, 14 Juni 2022  
 CV. MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA



Meilany Astining Asih, S.KM  
 Kepala Bagian Personalia

## Lampiran 2: SOP pengambilan jenang

CV. MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA	STANDARD OPERATING PROCEDURES	Halaman : 1 of 1
	Pengambilan Jenang untuk Jamuan, Bingkisan, dan Sumbangan	No : 07/SOP/Pers/I/2019
	Unit Kerja PERSONALIA	Pengganti No : 01 Tgl Berlaku : 24/01/2019

**I. Tujuan**  
Mengatur pengambilan jenang untuk jamuan, bingkisan dan sumbangan, sehingga tercipta sistem kontrol dan keteraturan dalam permintaan jenang.

**II. Ruang Lingkup**  
Prosedur ini mengatur tata cara permintaan jenang untuk jamuan, bingkisan dan sumbangan baik melalui Gudang Barang Jadi maupun Showroom.

**III. Tanggung Jawab**  
Bagian Personalia bertanggung jawab untuk menjalankan dan mengawasi prosedur ini.

**IV. Referensi**  
Sesuai dengan SNI ISO 22000 : 2018

**V. Prosedur**

1. Bagian yang membutuhkan melakukan "permintaan" jenang ke :
  - a. Bagian Gudang Barang Jadi dengan menggunakan format "Surat Pesanan Sumbangan / Jamuan" dengan mencantumkan keperluan dan waktu penyerahan order tersebut.
  - b. Ke bagian showroom dengan menandatangani form pesanan sumbangan yang di sediakan oleh showroom.
2. Jika jenang yang diminta sudah tersedia di Gudang Barang Jadi, maka "permintaan" tersebut segera diserahkan kepada pemberi "permintaan" sesuai waktu penyerahan order yang tercantum dalam format "Surat Pesanan Sumbangan / Jamuan".
3. Jika jenang yang diminta belum tersedia di Gudang Barang Jadi, maka Kepala Gudang Barang Jadi melakukan "permintaan" untuk memenuhi "Surat Pesanan Sumbangan / Jamuan" kebagian Pengemasan dengan menggunakan format "Memo Internal".
4. Jenang yang diserahkan untuk jamuan, bingkisan ataupun sumbangan harus berupa jenang yang masih baru dan kualitasnya masih bagus serta disisipkan brosur perusahaan kedalam bingkisan/ sumbangantersebut.
5. Setelah order jenang sumbangan yang diminta telah diserahkan, bagian yang menerima menandatangani format "Surat Perintah Penyerahan Sumbangan" (format dari Gudang Barang Jadi atau Showroom) dengan mencantumkan keperluan order tersebut (tujuan dan penerima sumbangan / bingkisan).
6. Jika permintaan jenang untuk jamuan, bingkisan dan sumbangan ada sisa maka dikembalikan ke Gudang Barang Jadi dengan menggunakan format "Surat Pengembalian Sumbangan/ Jamuan". Untuk jenang yang masih baru / kualitas masih bagus bisa didistribusikan lagi, sedangkan jenang yang sudah keras / tidak layak diserahkan ke "Gudang Retur".

**VI. Dokumen Terkait**

- 1.1 Form Surat Pesanan Sumbangan / Jamuan
- 1.2 Form Surat Perintah Penyerahan Sumbangan
- 1.3 Form Surat Pengembalian Sumbangan/ Jamuan
- 1.4 Memo Internal

**VII. Riwayat Revisi**  
Januari 2019 :

- Format nomor dokumen
- Prosedur disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku

### Lampiran 3: SOP pembantu Komunikasi Organisasi

STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR		Revisi No.	01
TATA TERTIB PELAKSANAAN		Tanggal	21 Mei 2019
MAGANG/ PKL		Unit Kerja	Personalia
CV MUBAROKFOOD		Unit Kerja	Personalia

**CV MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA**

**STANDARD OPERATING PROCEDURES**

**TATA TERTIB PELAKSANAAN MAGANG/PKL**


**Unit Kerja: Personalia**

**No. Dokumen : 06/SOP/Pers/V/2019**

**Tanggal Berlaku : 21 Mei 2019**

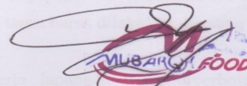
**Revisi No. : 01**

**Dibuat Oleh,**




**Meilany Astining Asih, S.KM**  
Kepala Bagian Personalia

**Disetujui Oleh,**



**H. Muhammad Hilmy, SE**  
Direktur Utama

 <b>CV. MUBAROKFOOD</b> <b>CIPTA DELICIA</b>	<b>STANDARD OPERATING PROCEDURES</b>	<b>Halaman</b> : 1 of 1
	<b>TATA TERTIB PELAKSANAAN MAGANG/PKL</b>	<b>No.</b> : 06/SOP/Pers/V/2019
	<b>Unit Kerja</b>	<b>Pengganti No.</b> : 01
	<b>PERSONALIA</b>	<b>Tgl Berlaku</b> : 21 Mei 2019

### I. Tujuan

- 1.1 Untuk menciptakan kedisiplinan bagi siswa dan / atau mahasiswa magang/ praktek kerja lapangan (PKL)
- 1.2 Untuk menciptakan ketertiban pelaksanaan magang / praktek kerja lapangan bagi siswa dan / atau mahasiswa di CV. Mubarokfood Cipta Delicia.

### II. Prosedur

- 2.1 Siswa dan/atau mahasiswa magang / PKL harus datang tepat waktu
- 2.2 Berlaku sopan terhadap seluruh karyawan CV. Mubarokfood Cipta Delicia
- 2.3 Berpakaian rapi dan sopan (tidak diperbolehkan berpakaian yang berlebihan / mempertontonkan aurat secara berlebihan).
- 2.4 Menjaga nama baik dan kerahasiaan dari CV. Mubarokfood Cipta Delicia (dokumen, data, proses, dll yang bukan konsumsi umum).
- 2.5 Menjaga nama baik sekolah/akademi/universitas asal.
- 2.6 Melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan oleh pembimbing lapangan.
- 2.7 Tidak diperbolehkan bergurau/bercanda berlebihan, yang dapat mengganggu aktifitas kerja karyawan CV. Mubarokfood Cipta Delicia pada saat pelaksanaan magang.
- 2.8 Tidak diperbolehkan mengajak teman/orang lain yang bukan personil magang ke dalam CV. Mubarokfood Cipta Delicia, tanpa seijin dari pembimbing lapangan.
- 2.9 Siswa dan/atau mahasiswa magang/Praktek Kerja Lapangan diperbolehkan menerima tamu, atas ijin pembimbing lapangan. Penerimaan tamu harus dilakukan di ruang tamu perusahaan.
- 2.10 Siswa dan/atau mahasiswa magang/praktek kerja lapangan tidak diperbolehkan meninggalkan tempat kerja tanpa seijin pembimbing lapangan dan harus mengisi format "Permohonan Ijin Keluar".
- 2.11 Untuk siswa dan/atau mahasiswa magang / praktek kerja lapangan yang ditempatkan di Showroom, jika waktu magang telah selesai (shift) diharapkan untuk segera meninggalkan Showroom, agar tidak mengganggu karyawan Showroom dan teman magang lainnya (untuk menghindari terlalu banyaknya personil di Showroom), kecuali ada permintaan dari pihak Showroom.
- 2.12 Pada saat pelaksanaan magang, tidak diperbolehkan menggunakan/mengangkat telepon perusahaan dan tidak diperkenankan menggunakan handphone (hp) secara berlebihan.
- 2.13 Jika siswa dan/atau mahasiswa magang / praktek kerja lapangan tidak masuk, maka harus ijin pada perusahaan/pembimbing lapangan.



## Lampiran 4: surat pernyataan keaslian tugas akhir

### PERNYATAAN

Dengan datangnya surat ini, mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan:

Nama : Fatkhi Abdie Royan

NIM : 19211017

Prodi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang disusun oleh mahasiswa yang bersangkutan tidak terdapat pada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan tidak terdapat pada karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah laporan Tugas Akhir terkait dan diterbitkan dalam daftar pustaka laporan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa tekanan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 1 Agustus 2022

Penulis,



(Fatkhi Abdie Royan)

Acti  
Go to

الجمعة الاستاذة الاندوية