

**PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN
PRODUKTIVITAS INDUSTRI ALKOHOL DI BEKONANG SUKOHARJO**

(Studi Kasus Komunikasi Organisasi Industri Kian Rejo)



NIM. 2150700044

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA
SUKOHARJO**

2025

ABSTRAK

Sinta Ayu Setianingrum (2150700044). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Industri Alkohol di Bekonang Sukoharjo (Studi Kasus Komunikasi Organisasi Industri Kian Rejo). Skripsi S1. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Veteran Bangun Nusantara. Tahun 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji peran komunikasi organisasi yang dapat meningkatkan efisiensi kerja di sektor alkohol di Bekonang, Sukoharjo. Industri alkohol di wilayah ini tidak hanya menjadi bagian dari identitas budaya lokal, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Dalam menghadapi tantangan efisiensi produksi dan persaingan pasar, komunikasi organisasi menjadi elemen penting yang memengaruhi koordinasi kerja dan efektivitas operasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada industri alkohol Kian Rejo. Data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian terdiri dari pemilik industri, pekerja produksi, pelanggan, dan komisanis. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aliran komunikasi organisasi, baik secara vertikal, horizontal, maupun lintas saluran, berperan penting dalam memperlancar koordinasi kerja, mempercepat pengambilan keputusan, serta menciptakan iklim kerja yang kondusif. Komunikasi yang bersifat terbuka, informal, dan didukung oleh nilai-nilai budaya organisasi seperti kekeluargaan, loyalitas, dan gotong royong, mampu meningkatkan motivasi kerja dan produktivitas karyawan. Kendala utama yang ditemukan meliputi keterbatasan dokumentasi formal, ketergantungan pada pemilik industri, dan rendahnya literasi digital tenaga kerja. Temuan ini memberikan kontribusi dalam penguatan teori komunikasi organisasi dan budaya organisasi dalam konteks industri tradisional. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas kerja di sektor industri kecil dan menengah berbasis budaya lokal.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, produktivitas kerja, budaya organisasi, industri alkohol, Bekonang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri alkohol di Indonesia memiliki peran signifikan dalam mendukung sektor ekonomi. Sektor ekonomi memainkan peran penting dengan mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan memastikan daya saing. Ini membutuhkan manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar dan kemajuan teknologi dalam produktivitas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan organisasi jangka Panjang dan pengembangan tenaga kerja khususnya di tingkat lokal (Потенциалы, 2023). Sebagai salah satu komoditas dengan permintaan pasar yang cukup tinggi, industri ini tidak hanya menyumbangkan pendapatan bagi pelaku usaha tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dalam konteks daerah, Bekonang di Sukoharjo dikenal sebagai salah satu sentra produksi alkohol yang telah berlangsung secara turun-temurun. Produksi alkohol di Bekonang mencerminkan upaya masyarakat lokal dalam mempertahankan kearifan lokal sekaligus memenuhi kebutuhan pasar domestik dan industri. Industri alkohol di Bekonang, Sukoharjo, Jawa Tengah, memiliki sejarah panjang dan merupakan salah satu sentra produksi alkohol terbesar di Indonesia. Bekonang terkenal dengan industri alkohol tradisionalnya yang telah berlangsung selama beberapa generasi, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Namun, dengan meningkatnya persaingan di pasar global dan tuntutan untuk meningkatkan efisiensi produksi, industri alkohol

Bekonang menghadapi tantangan besar dalam menjaga dan meningkatkan produktivitasnya. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi produktivitas di industri ini adalah komunikasi organisasi.

Keberhasilan bisnis jangka panjang sangat bergantung pada produktivitas, kualitas kerja, dan loyalitas karyawan. Oleh karena itu, inisiatif untuk menilai dan meningkatkan kinerja karyawan sangatlah penting. Komunikasi organisasi telah menjadi fokus manajemen sumber daya manusia dan pengembangan organisasi selama beberapa waktu. Komunikasi organisasi dalam konteks ini lebih dari sekadar menyampaikan informasi; komunikasi organisasi juga tentang membina hubungan yang sukses antara manajemen dan karyawan, serta memastikan pemahaman yang jelas tentang visi, tujuan, dan nilai-nilai perusahaan. Karyawan dapat dimobilisasi, dimotivasi, dan diarahkan melalui komunikasi yang efektif, yang dapat meningkatkan kinerja mereka (Sudiantini et al., 2023).

Komunikasi organisasi adalah proses di mana informasi, ide, dan instruksi dipertukarkan di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam komunikasi organisasi yang efektif melibatkan pengiriman pesan yang jelas, penerimaan umpan balik yang konstruktif, dan pemahaman bersama tentang tujuan dan peran masing-masing individu dalam organisasi. Dalam konteks industri, komunikasi yang baik dapat meningkatkan koordinasi antar departemen, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi kesalahan operasional. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan

kebingungan, konflik, dan penurunan produktivitas (Robbins, S. P., & Judge, 2013).

Dalam studi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara komunikasi yang efektif dengan produktivitas karyawan. Komunikasi yang baik dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, mengurangi konflik, dan mempercepat penyelesaian masalah, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan produktivitas (Clampitt, P. G., & Downs, 1993). Dalam berkomunikasi bukan sekedar memberi tahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif, yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan arus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif (Anjelina et al., 2023a).

Komunikasi bisa dikatakan berhasil apabila timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak dapat memahami isinya. Komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan dan pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan. Kegiatan komunikasi adalah sebuah proses transaksional yang menekankan pentingnya persepsi diantara partisipan komunikasi. Namun, dalam konteks industri alkohol Bekonang, penelitian mengenai peran komunikasi organisasi dalam peningkatan produktivitas masih sangat terbatas.

Padahal, dengan karakteristik industri yang melibatkan banyak tahap produksi dan koordinasi antar departemen, komunikasi yang efektif menjadi sangat krusial. Lebih lanjut, industri alkohol Bekonang juga dihadapkan pada tekanan untuk memenuhi standar regulasi yang semakin ketat, baik dari pemerintah Indonesia maupun dari pasar internasional. Regulasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas produk hingga standar keselamatan kerja. Untuk memenuhi standar tersebut, diperlukan koordinasi yang baik antara berbagai departemen dalam organisasi, yang hanya dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif. Menurut penelitian, produktivitas adalah perbandingan antara hasil keluaran dengan masukan yang digunakan dalam proses produksi, yang menunjukkan penggunaan sumber daya yang efisien dan efektif. Dalam hal ini, komunikasi yang baik dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi yang ada (Sinungan, 2003).

Sebuah studi yang dilakukan oleh Turner (2015), menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan strategi komunikasi yang jelas dan terstruktur mampu menciptakan lingkungan kerja yang lebih efisien dan harmonis, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas kerja. Dalam konteks industri alkohol di Bekonang, penting untuk mengidentifikasi bagaimana komunikasi antar berbagai pihak di dalam organisasi, baik itu antara pekerja dengan atasan, antar departemen produksi, hingga dengan stakeholder eksternal, dapat mempengaruhi tingkat produktivitas. Namun, pentingnya komunikasi organisasi telah diakui secara luas, implementasinya di lapangan tidak selalu mudah. Terdapat berbagai hambatan yang dapat mengganggu

komunikasi efektif, termasuk perbedaan budaya, hierarki organisasi, dan resistensi terhadap perubahan. Dalam konteks industri alkohol Bekonang, hambatan-hambatan ini dapat diperparah oleh latar belakang tradisional industri dan resistensi terhadap teknologi baru, tetapi disisi lain produktivitas dapat dilihat dari kualitas produk, kecepatan produksi, serta inovasi produk baru dalam industri ini sangat bergantung pada seberapa baik komunikasi antar bagian, baik dalam hal berbagi informasi teknis mengenai produksi, hingga kebijakan dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh manajemen. Ketidajelasan informasi atau pengabaian terhadap pentingnya komunikasi yang terbuka dapat menyebabkan penurunan mutu produk atau bahkan terhambatnya distribusi yang efisien. Oleh karena itu, untuk memastikan tingkat daya saing yang tinggi dari perusahaan harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang intensif serta pemeliharaan reputasi citra produk pada tingkat tinggi. (Martin, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi organisasi dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dengan mendorong interaksi yang efektif, kolaborasi, dan berbagi informasi di antara karyawan. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi terstruktur dapat menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam kinerja organisasi, dengan studi menunjukkan peningkatan produktivitas hingga 30% melalui strategi komunikasi yang efektif di industri alkohol Bekonang. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dan bagaimana komunikasi yang efektif dapat diimplementasikan, diharapkan industri alkohol Bekonang dapat meningkatkan produktivitasnya dan bersaing di pasar global. Penelitian ini juga

diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pengelola industri alkohol dan akademisi mengenai pentingnya komunikasi organisasi dalam konteks industri manufaktur.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian berbagai permasalahan dari latar belakang tersebut sebelumnya, maka permasalahan - permasalahan penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Industri alkohol Bekonang menghadapi tantangan dalam menjaga dan meningkatkan produktivitas akibat persaingan global dan tuntutan efisiensi produksi.
2. Komunikasi organisasi diduga memiliki peran penting dalam meningkatkan produktivitas di industri alkohol Bekonang, namun penelitian terkait hal ini masih terbatas.
3. Terdapat berbagai hambatan dalam mengimplementasikan komunikasi organisasi yang efektif di industri alkohol Bekonang, seperti latar belakang tradisional industri dan resistensi terhadap teknologi baru.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Permasalahan-permasalahan yang telah berhasil teridentifikasi begitu banyak dan luas sehingga penelitian akan membutuhkan waktu yang relatif lama dengan biaya cukup besar. Oleh karena keterbatasan kemampuan, biaya dan

waktu untuk melaksanakan keseluruhan penelitian maka penelitian ini hanya fokus untuk meneliti tentang 3 permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan produktivitas di industri alkohol Bekonang?
2. Bagaimana strategi mengimplementasikan komunikasi organisasi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas di industri alkohol Bekonang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengeksplorasi peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan produktivitas di industri alkohol Bekonang
2. Mendeskripsikan strategi implementasi komunikasi organisasi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas di industri alkohol Bekonang.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki berbagai manfaat. Baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis.

1. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu memberikan wawasan bagi pengelola industri alkohol Bekonang mengenai pentingnya komunikasi organisasi dalam meningkatkan produktivitas dan mengembangkan strategi komunikasi organisasi yang efektif untuk meningkatkan pemasaran.

2. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperkaya literatur akademik mengenai peran komunikasi organisasi dalam bidang industri dan memberikan pandangan baru bagi akademisi dalam memahami dinamika komunikasi organisasi dengan karakteristik unik pada industri Alkohol di Bekonang.



BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Penelitian – Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan Teori Komunikasi Organisasi telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian – penelitian tersebut antara oleh:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Misbahuddin & Akil, 2023) tentang “Analisis Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Pegawai Di Kab. Jeneponto”. Hasil temuan penelitian ini mengarah pada tujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi dan dorongan berprestasi terhadap Produktivitas Kerja melalui Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi Aparatur Sipil Negara di Kabupaten Jeneponto.
2. Penelitian yang dilakukan (S Wardani, 2023) tentang “Komunikasi Organisasi Sebagai Kunci Efektivitas Dan Produktivitas Dalam Lingkungan Ekonomi Modern”. Hasil temuan penellitian ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya adaptasi dan inovasi dalam strategi komunikasi untuk mengatasi tantangan pasar dan memanfaatkan peluang yang muncul, dengan tujuan akhir menciptakan lingkungan kerja yang lebih efisien dan produktif.
3. Penelitian yang dilakukan (Dwi & Hairunnisa, 2018) tentang “Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Kompensasi Dan Motivasi (Studi Pada

Pegawai Tidak Tetap Di Kantor Badan Pertanahan Kota Samarinda)”. Hasil penelitian diperoleh gambaran yaitu berdasarkan fungsi informatif, karyawan tidak tetap membutuhkan informasi mengenai jam tambahan untuk melaksanakan pekerjaan yang tertunda atau membutuhkan waktu lebih diluar jam reguler untuk dikerjakan. Pemberian jam tambahan di hari minggu dirasa cukup efektif dalam mengurangi pekerjaan di jam reguler dan memudahkan karyawan tidak tetap dalam berkoordinasi baik kepada pimpinan maupun klien, karena pekerjaan lebih cepat selesai.

4. Penelitian yang dilakukan (Purnomo, 2022) tentang “Peranan Penting Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Organisasi” Hasil dari penelitian ini yaitu dalam menjalankan roda organisasi komunikasi merupakan hal yang terpenting yang harus dijalankan dengan semestinya entah itu komunikasi pimpinan dengan bawahan, bawahan dengan pimpinan dan lain sebagainya.
5. Penelitian yang dilakukan (Anjelina et al., 2023b) tentang “Penerapan Komunikasi Organisasi Pimpinan Dan Pegawai Dalam Meningkatkan Semangat Kerja”. Hasil Penelitian yakni komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan dan pegawai Kantor Balai Diklat Keagamaan Palembang berlangsung dengan baik dan cukup efektif. Hal ini dapat diamati dari jawaban informan yang menyatakan bahwa komunikasi antara pimpinan dan pegawai sangat baik bahkan pimpinan di sebuah instansi ini sangat perhatian sekali kepada para pegawainya.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

NO	Judul Penelitian, Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Metode dan Tujuan Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
	(Misbahuddin & Akil, 2023) Analisis Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Pegawai Di Kab. Jeneponto.	Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal (kuantitatif) yang menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat (causality) antar variabel-variabel yang diteliti. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh motivasi berprestasi terhadap produktivitas kerja melalui komunikasi organisasi dan komunikasi organisasi.	Hasil temuan penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi yang efektif dan budaya kerja yang mendukung berperan sebagai perantara dalam meningkatkan produktivitas pegawai ASN di Jeneponto. Persamaan: memiliki subjek penelitian yang sama yaitu komunikasi organisasi dan budaya organisasi sebagai variabel penting dalam mendorong produktivitas. Perbedaan: Memiliki perbedaan pada metode yang digunakan, objek penelitian dan ruang lingkup analisis.
	(S Wardani, 2023, Komunikasi) Organisasi Sebagai Kunci Efektivitas Dan Produktivitas Dalam Lingkungan Ekonomi Modern.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuannya untuk menggali peran penting komunikasi organisasi dalam menciptakan efisiensi kerja di era ekonomi modern.	Hasil temuan penelitian ini menunjukkan pentingnya komunikasi organisasi dalam menciptakan serta mendorong efektivitas kerja di tengah tantangan ekonomi yang modern. Persamaan: terlihat pada penekanan komunikasi sebagai alat penggerak yang efisien dan produktivitas kerja. Perbedaan: memiliki perbedaan pada lanskap modern digitalisasi dan kapitalistik, sedangkan penelitian ini menekankan komunikasi dalam

			industri tradisional berbasis budaya lokal.
	(Putri Dwi Yuliani, 2018) Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Kompensasi Dan Motivasi (Studi Pada Pegawai Tidak Tetap Di Kantor Badan Pertanahan Kota Samarinda)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuannya untuk mengkaji hubungan komunikasi organisasi terhadap sistem kompensasi dan motivasi pegawai tidak tetap.	Hasil temuan penelitian ini di peroleh dari peranan komunikasi dalam meningkatkan kompensasi dan motivasi pegawai yang tidak tetap. Persamaan: menggunakan teori yang sama yaitu komunikasi organisasi dan pendekatan kualitatif. Perbedaan: mencakup pada latar lembaga dan tujuan spesifik (kompensasi dan produktivitas) bahwa komunikasi organisasi dapat diterapkan secara luas, tetapi konteks sosial dan struktur organisasi mempengaruhi bentuk efektivitasnya.
	(Sidik Purnomo, 2022) Peranan Penting Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Organisasi	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif. Tujuannya untuk menjelaskan komunikasi dalam mendukung keberlangsungan organisasi secara umum.	Hasil temuan penelitian ini lebih menekankan pentingnya komunikasi organisasi untuk membangun struktur organisasi yang solid pada pemahaman konseptual bahwa tanpa komunikasi yang baik, keberlangsungan organisasi tidak akan berjalan dengan optimal. Persamaan: memiliki persamaan bahwa komunikasi organisasi menjadi tulang punggung pada setiap produksi. Perbedaan: penelitian ini berfokus pada dampak langsung produktivitas kerja, sementara penelitian Purnomo cenderung normatif dan general.
	(Melisa Arin Anjelina, 2023) Penerapan Komunikasi Organisasi Pimpinan Dan Pegawai Dalam Meningkatkan Semangat Kerja	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuannya untuk	Hasil temuan penelitian ini menyoroti hubungan antara komunikasi pemimpin dan semangat kerja pegawai dalam meningkatkan motivasi kerja.

		menjelaskan efektivitas komunikasi pimpinan terhadap semangat kerja pegawai.	Persamaan: menyatakan bahwa komunikasi dua arah yang efektif meningkatkan semangat dan loyalitas pekerja. Perbedaan: terletak pada fokus akhir penelitian ini yang mengaitkan semangat kerja dengan produktivitas dalam konteks industri produksi nyata, bukan sekedar atmosfer atau motivasi pada karyawan.
--	--	--	--

B. Kajian Teori

1. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses di mana informasi, ide, dan instruksi dipertukarkan di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam komunikasi organisasi yang efektif melibatkan pengiriman pesan yang jelas, penerimaan umpan balik yang konstruktif, dan pemahaman bersama tentang tujuan dan peran masing-masing individu dalam organisasi. Dalam konteks industri, komunikasi yang baik dapat meningkatkan koordinasi antar departemen, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi kesalahan operasional. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan kebingungan, konflik, dan penurunan produktivitas (Robbins, S. P., & Judge, 2013).

b. Fungsi Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi memiliki tiga fungsi utama: informatif, regulatif, dan persuasif. Fungsi informatif melibatkan proses pengiriman

informasi yang akurat dan tepat waktu untuk memastikan kelancaran operasional. Fungsi regulatif melibatkan pengawasan dan pengawasan terhadap peraturan dan pedoman yang telah ditetapkan. Fungsi persuasif melibatkan upaya mempengaruhi anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

c. **Jenis Komunikasi Organisasi**

Jenis Komunikasi Organisasi dapat dibagi menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Komunikasi internal melibatkan interaksi antar anggota organisasi, seperti diskusi dan pertukaran informasi, untuk membangun relasi dan mencapai tujuan organisasi. Komunikasi eksternal melibatkan interaksi dengan pihak luar organisasi, seperti pelanggan dan sponsor, untuk meningkatkan kerjasama dan mencapai tujuan bisnis.

2. **Aliran Komunikasi Organisasi**

Aliran komunikasi dalam suatu organisasi adalah proses yang dinamis di mana pesan-pesan diciptakan, disampaikan, dan ditafsirkan secara terus-menerus. Proses ini tumbuh dan berkembang seiring waktu di dalam organisasi. Aliran komunikasi ini memiliki peran penting dalam memahami cara informasi didistribusikan kepada para anggota, pola-pola distribusi yang terjadi, serta keterlibatan individu dalam penyebaran informasi tersebut. Selain itu, aliran komunikasi organisasi sangat berpengaruh terhadap efektivitas organisasi, baik dalam menjalin hubungan antar anggota maupun dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan organisasi. Menurut Guetzkow dalam Triapnita (2021), terdapat

tiga aliran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan pesan dalam suatu organisasi, yaitu penyebaran serentak, berurutan, dan kombinasi (Gustiana, 2022). Penjelasanannya adalah sebagai berikut:

- a. Penyebaran informasi secara serentak adalah proses menyampaikan pesan atau informasi dari suatu organisasi kepada banyak penerima sekaligus, tanpa batasan jumlah, pada satu waktu. Dalam metode ini, hirarki organisasi tidak menjadi pertimbangan utama. Penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung, seperti dalam pertemuan tatap muka, atau secara tidak langsung melalui berbagai media seperti memo, radio, televisi, dan telekonferensi.
- b. penyebaran informasi secara berurutan mengikuti jalur hirarki yang ada di dalam organisasi. Proses ini tidak dilakukan secara bersamaan, melainkan mematuhi aturan dan urutan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut.
- c. penyebaran informasi kombinasi merupakan gabungan dari kedua metode sebelumnya, yakni penyampaian informasi secara serentak dan berurutan. Dalam pendekatan ini, pesan disampaikan mengikuti jalur hirarki organisasi, namun dilakukan pada waktu yang bersamaan.

Dalam perspektif teori ini, komunikasi di dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mentransmisikan pesan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk budaya organisasi. Pacanowsky dan O'Donnell Trujilio (dalam West dan Turner, 2017) menekankan bahwa budaya organisasi dibangun melalui komunikasi serta interpretasi simbol-

simbol yang muncul dalam interaksi sehari-hari. Aliran komunikasi dalam organisasi dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk:

1) Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal merujuk pada pertukaran informasi antara berbagai tingkat dalam hierarki organisasi, yang mencakup komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan dari bawah ke atas (upward communication). Dalam konteks industri alkohol di Bekonang, komunikasi vertikal sangat krusial untuk memastikan bahwa kebijakan perusahaan dipahami oleh karyawan serta untuk memberikan masukan kepada manajemen dalam proses pengambilan keputusan.

Contoh:

- a) Downward Communication: Manajer produksi memberikan arahan kepada para pekerja mengenai prosedur keselamatan dalam pengolahan alkohol agar sesuai dengan standar regulasi pemerintah.
- b) Upward Communication: Pekerja melaporkan kepada supervisor mengenai kendala teknis dalam proses fermentasi yang berpotensi mempengaruhi kualitas produk.

2) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal terjadi antara individu atau departemen pada tingkat yang sama dalam organisasi. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk meningkatkan koordinasi, kolaborasi, dan efisiensi operasional.

Contoh :

- a) Tim produksi dan tim quality control bekerja sama untuk memastikan setiap batch alkohol yang dihasilkan memenuhi standar kualitas.
- b) Bagian pemasaran dan distribusi berkolaborasi dalam merumuskan strategi penjualan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar domestik maupun internasional.

3) Komunikasi Formal dan Informal

Komunikasi formal merupakan komunikasi yang terjadi dalam struktur organisasi yang telah direncanakan, sedangkan komunikasi informal berlangsung secara spontan di luar jalur resmi organisasi.

Contoh :

Contoh Komunikasi Formal:

- (1) Rapat bulanan antara manajemen dan karyawan yang membahas target produksi serta kendala yang dihadapi.
- (2) Penyusunan laporan produksi harian yang dikirim ke manajer untuk evaluasi efisiensi operasional.

Contoh Komunikasi Informal :

- (1) Percakapan antar karyawan di luar jam kerja yang membahas cara-cara meningkatkan efisiensi dalam proses fermentasi.
- (2) Diskusi santai antara supervisor dan pekerja mengenai strategi untuk mengurangi limbah produksi.

4) Komunikasi Simbolik

Komunikasi simbolik melibatkan penggunaan simbol, bahasa tubuh, atau budaya organisasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan membangun identitas perusahaan.

Contoh :

- a) Penggunaan seragam kerja sebagai lambang profesionalisme dan kepatuhan terhadap standar keamanan di pabrik.
- b) Logo dan slogan industri alkohol Bekonang yang mencerminkan nilai-nilai tradisional serta kualitas produk.
- c) Desain kemasan produk yang mencerminkan nilai lokal dan menarik perhatian konsumen di pasar.

Dalam konteks industri alkohol di Bekonang, Sukoharjo, komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan koordinasi antar anggota organisasi. Hal ini tidak hanya mempercepat penyebaran informasi, tetapi juga memastikan bahwa setiap individu memahami dengan jelas tugas dan tanggung jawabnya. Melalui komunikasi vertikal, horizontal, formal, informal, dan simbolik yang baik, koordinasi kerja dapat ditingkatkan, kesalahan produksi dapat diminimalisir, serta inovasi dan efisiensi dapat dicapai secara lebih optimal.

3. Iklim Komunikasi Organisasi

Istilah "iklim" yang digunakan di sini adalah sebuah kiasan atau metafora. Ini merujuk pada ungkapan di mana istilah atau frasa yang jelas maknanya diterapkan pada konteks yang berbeda dengan tujuan untuk

menunjukkan suatu kemiripan. "Iklim komunikasi organisasi" menggambarkan sebuah kiasan yang sebanding dengan iklim fisik. Seperti halnya cuaca yang membentuk iklim fisik suatu daerah, cara orang berinteraksi dan bereaksi terhadap berbagai aspek organisasi akan membentuk iklim komunikasi di dalamnya (Ariana, 2016). Iklim komunikasi dapat diartikan sebagai suatu gabungan dari berbagai persepsi yang mencerminkan evaluasi secara makro terhadap peristiwa komunikasi, perilaku manusia, serta respons karyawan terhadap satu sama lain di dalam suatu organisasi. Selain itu, iklim komunikasi juga meliputi harapan-harapan, konflik antarpribadi, dan kesempatan untuk pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi. (Irawan, 2018). W. Charles Redding (1972) mendefinisikan iklim komunikasi sebagai cara individu memersepsikan pesan dan pola komunikasi dalam sebuah organisasi. Iklim komunikasi yang positif ditandai oleh adanya keterbukaan, dukungan, partisipasi, kepercayaan, dan inovasi.

Oleh karena itu, iklim komunikasi memiliki peranan yang sangat penting. Menurut Blumenstock (1970), iklim "fisik" memengaruhi cara hidup kita, sehingga iklim komunikasi dalam organisasi juga berdampak pada kehidupan karyawan yang terlibat di dalamnya. Iklim ini berhubungan dengan bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja

kita berjalan, dan bagaimana kita menyesuaikan diri dengan lingkungan organisasi yang terdiri dari berbagai karakter dan latar belakang sosial, agama, serta ideologi yang berbeda.

Poole (1985) menjelaskan bahwa iklim lebih berfungsi sebagai sifat yang melekat dalam budaya daripada sekadar pengganti budaya itu sendiri. Iklim dapat dipahami sebagai suatu sistem kepercayaan umum yang berperan penting dalam menjaga integritas suatu budaya dan mengarahkan perkembangannya, terlebih lagi iklim ini muncul didukung oleh praktik-praktik organisasi. Kopelman, Brief, dan Guzzo mengemukakan hipotesis yang menunjukkan bahwa iklim organisasi, meliputi iklim komunikasi, memiliki peran penting dalam menghubungkan praktik pengelolaan sumber daya manusia dengan produktivitas. Ketika sebuah organisasi menerapkan rencana insentif keuangan baru atau terlibat dalam proses pengambilan keputusan, kemungkinan besar akan terjadi perubahan pada iklim organisasi tersebut.

Iklim organisasi dapat dipahami sebagai suasana di dalam lingkungan kerja, di mana para anggota organisasi menjalankan tugas mereka. Konsep ini menggambarkan atmosfer internal yang dialami oleh anggota selama mereka beraktivitas demi mencapai tujuan bersama. Menurut Keith dan Newstorm (2000), iklim organisasi melibatkan persepsi dan sikap kolektif yang ada di dalam struktur organisasi, yang pada gilirannya akan mempengaruhi perilaku dan kinerja para karyawan (A.Smit & Nurjanah, 2019). Iklim ini mencakup berbagai aspek dari

lingkungan internal yang dialami oleh karyawan, yang secara signifikan berdampak pada motivasi, kepuasan kerja, serta efektivitas organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, memahami iklim organisasi menjadi sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Iklim komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai citra makro yang bersifat abstrak, meliputi gabungan dari fenomena global yang dikenal sebagai komunikasi organisasi. Kita beranggapan bahwa iklim ini berkembang melalui interaksi antara karakteristik organisasi dan persepsi individu terhadap karakteristik tersebut. Dalam hal ini, iklim dianggap sebagai sebuah kualitas pengalaman subjektif yang muncul dari persepsi mengenai karakteristik-karakteristik yang relatif permanen dalam organisasi. (Cartono & Maulana, 2019). Menurut Redding, C (1972) konsep iklim komunikasi organisasi ini berkaitan dengan persepsi dan sikap para anggota terhadap tingkat keterbukaan, keefektifan, dan kontinuitas komunikasi di dalam organisasi. Konsep ini juga menyoroti bagaimana individu di dalam organisasi melihat dan menginterpretasikan lingkungan komunikasi yang ada. (Muspawi et al., 2023).

Dalam industri alkohol di Bekonang, Sukoharjo, iklim komunikasi organisasi memiliki keterkaitan yang kuat dengan budaya komunikasi yang ada di dalamnya. Budaya komunikasi organisasi, yang terdiri dari nilai-nilai, norma, dan praktik komunikasi yang diterapkan secara konsisten, berperan penting dalam membentuk pola interaksi yang dapat

meningkatkan efektivitas kerja dan produktivitas. Pandangan Poole (1985) sejalan dengan hal ini, di mana ia menyatakan bahwa iklim komunikasi adalah elemen dari budaya organisasi yang berfungsi menjaga integritas serta mendorong pertumbuhan organisasi.

Dengan kata lain, lingkungan komunikasi yang positif tidak hanya menciptakan suasana kerja yang kondusif, tetapi juga mendorong keterlibatan karyawan dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini, iklim komunikasi berfungsi sebagai jembatan antara praktik manajemen sumber daya manusia dan peningkatan produktivitas. Di industri alkohol Bekonang, Sukoharjo, di mana komunikasi antara pemilik usaha, pekerja, dan pihak terkait sangat berpengaruh terhadap kelancaran operasional, keberadaan iklim komunikasi yang mendukung akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas. Keterbukaan dalam komunikasi, kesempatan bagi karyawan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, serta dukungan dari manajemen merupakan faktor kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendorong inovasi dan efisiensi.

4. Teori Kultur Organisasi

Teori kultur organisasi mengungkapkan bahwa dalam setiap organisasi terdapat individu-individu dengan latar belakang yang beragam. Sebuah organisasi dapat tumbuh dengan baik jika memiliki budaya yang positif, sedangkan sebaliknya, budaya yang buruk dapat menghambat perkembangan organisasi. Budaya menjadi rangsangan bagi pemikiran, berfungsi layaknya sistem dalam beberapa teori objektif (Gustiana, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan Teori Budaya Organisasi sebagai dasar teori. Menurut peneliti, memahami budaya organisasi adalah hal yang krusial untuk mengeksplorasi budaya yang ada di Industri Alkohol Bekonang. Teori ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan di industri tersebut.

Peneliti berpendapat bahwa penerapan teori budaya organisasi memberikan gambaran tentang bagaimana menciptakan budaya yang sehat di tempat kerja, di mana interaksi antar rekan kerja bersifat santai tetapi tetap menunjukkan rasa hormat, serta saling peduli dan membantu di dalam Industri Alkohol Bekonang. Penelitian ini sejalan dengan fokus yang dilakukan di Industri Alkohol Bekonang. Pacanowsky dan O'Donnell Trujilio (dalam West dan Turner, 2017:9) mengemukakan tiga asumsi mendasar yang membentuk Teori Budaya Organisasi, yaitu:

- a. Anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan kesamaan persepsi terkait realitas organisasi, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih dalam mengenai nilai-nilai yang ada.
- b. Penggunaan dan interpretasi simbol memiliki peranan penting dalam membentuk budaya organisasi.
- c. Budaya beragam di setiap organisasi, dan cara tindakan di dalam budaya tersebut dapat diartikan dengan beragam cara.

Asumsi pertama berkaitan dengan peranan penting individu dalam kehidupan organisasi. Secara khusus, setiap individu berkontribusi dalam menciptakan dan mempertahankan realitas yang ada. Para individu ini

mencakup karyawan, pengawas, dan pengusaha. Inti dari asumsi ini adalah nilai-nilai yang melekat dalam organisasi. Nilai-nilai tersebut merupakan standar dan prinsip yang mendasari budaya organisasi, serta memiliki nilai intrinsik yang signifikan. Melalui nilai-nilai ini, anggota organisasi mendapatkan pemahaman tentang hal-hal yang dianggap penting. Realitas dan budaya suatu organisasi juga dipengaruhi oleh simbol-simbol yang ada, yang merupakan asumsi kedua dari teori ini. Pacanowsky dan O'Donnell Trujilio mengadopsi perspektif Interpretatif-Simbolis yang dikemukakan oleh Geertz. Perspektif ini menekankan peran simbol-simbol dalam organisasi, di mana simbol-simbol tersebut menjadi representasi makna. Setiap hari, anggota organisasi menciptakan, menggunakan, dan menginterpretasikan simbol-simbol ini, sehingga simbol-simbol tersebut sangat penting dalam membentuk budaya perusahaan. Berikut simbol dalam budaya organisasi (West & Turner, 2017:10) :

- a. Simbol fisik : Seni/ desain/ logo bangunan/ dekorasi baju/ penampilan objek material.
- b. Simbol perilaku : Upacara/ ritual tradisi/ kebiasaan imbalan/ hukuman.
- c. Simbol verbal : Anekdote/ lelucon jargon/ nama/ julukan penjelasan cerita/ mitos/ metafora sejarah.

Asumsi ketiga mengenai Teori Budaya Organisasi mencakup keberagaman budaya dalam suatu organisasi. Budaya organisasi tidaklah homogen; persepsi terhadap tindakan dan aktivitas yang ada di dalamnya

sangat bervariasi, mencerminkan kekayaan budaya itu sendiri (West dan Turner, 2017:9-11). Pacanowsky dan O'Donnell Trujilio (dalam West dan Turner, 2017:13) berpendapat bahwa anggota organisasi mengekspresikan cara komunikasi tertentu, yang pada gilirannya membentuk budaya organisasi yang khas. Dalam konteks ini, kinerja (performance) dapat dipahami sebagai sebuah metafora yang menggambarkan proses simbolis dalam memahami perilaku manusia di dalam organisasi. Sudut pandang ini mengidentifikasi lima aspek kinerja budaya, yaitu ritual, hasrat, sosial, politik, dan enkulturasi. Berikut penjelasan dari kinerja budaya dalam organisasi :

- a. Kinerja Ritual : Ritual pribadi – memeriksa pesan suara dan surel; ritual tugas – penerbitan tiket, mengumpulkan biaya; ritual sosial – waktu berkumpul untuk senang-senang, ritual organisasi – rapat departemen, piknik perusahaan.
- b. Kinerja Gairah : Bercerita, metafora, dan pidato berlebihan, “Ini adalah perusahaan yang paling tidak menghargai, ikuti rantai komando atau hal itu akan melilit leher Anda.”
- c. Kinerja Sosial : Tindakan kesopanan dan kesantunan; ekstensi etiket – berterima kasih kepada pelanggan, percakapan pendingin, mendukung orang lain.
- d. Kinerja Politik : Pengendali, kekuasaan, dan pengaruh, bos yang galak, ritual intimidasi, penggunaan informan, tawar menawar.

- e. Kinerja Enkulturasasi : Kompetensi yang diperoleh selama karier organisasi, peran belajar/mengajar, orientasi, wawancara.

West dan Turner (2017:11) menjelaskan bahwa teori budaya organisasi merujuk pada berbagai jenis budaya yang ada dalam organisasi. Budaya organisasi sangat bervariasi, dan persepsi terhadap tindakan serta kegiatan dalam budaya ini pun beragam, mencerminkan keragaman budaya itu sendiri.

Dengan demikian, dalam hal teori komunikasi organisasi dan budaya yang berhubungan serta mencakup secara keseluruhan, akan tercipta produktivitas karyawan yang sangat mempengaruhi kualitas komunikasi dan budaya organisasi yang terbentuk. Dapat disimpulkan, ketika komunikasi berjalan efektif baik secara vertikal maupun horizontal, maka aliran informasi menjadi lancar, arahan menjadi jelas, dan kerja sama antar bagian menjadi kuat. Iklim komunikasi yang terbuka dan akan mendukung terciptanya rasa percaya dan nyaman bagi karyawan untuk berpartisipasi aktif. Dalam konteks budaya organisasi, nilai kekeluargaan, gotong royong, dan saling menghargai menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan loyalitas dan semangat kerja. Dengan demikian, komunikasi organisasi dan budaya yang baik tidak hanya menjadi sarana koordinasi, tetapi juga menjadi instrumen pembentuk produktivitas yang berkelanjutan. Dalam hal ini, teori komunikasi organisasi secara keseluruhan saling berkelindan dalam

menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan adaptif di industri alkohol di Bekonang Sukoharjo.

C. Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir