

PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KOHEсивITAS KARYAWAN TOMORO COFFEE CABANG UNPAM VIKTOR

Annisa Ratu, S.I.Kom., M.I.Kom.^{1*}, Gina Fauziah, S.Sos., M.I.Kom.², Faisal, S.Sos., M.I.Kom.³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang

*E-mail: dosen02907@unpam.ac.id, dosen03103@unpam.ac.id.

ABSTRAK

Maraknya kedai kopi saat ini mendorong masyarakat untuk mengonsumsi kopi sehingga mengonsumsi kopi dan meminum kopi di kedai kopi menjadi gaya hidup baru di tengah masyarakat terutama usia remaja hingga dewasa, tidak terkecuali kalangan mahasiswa. Hal ini juga semakin mendorong banyaknya kedai kopi yang menyasar mahasiswa sebagai target market, misalnya dengan membuka cabang kedai kopi mereka di lingkungan kampus. Tomoro Coffee merupakan salah satu kedai kopi Indonesia yang belakangan sedang digandrungi oleh masyarakat JABODETABEK. Sejak diresmikan pada tahun 2022, Tomoro Coffee terus berkembang dan membuka banyak cabangnya di kota-kota dalam JABODETABEK, dimana yang menjadi pembeda dari kedai kopi ini adalah selain menggunakan biji kopi asli Indonesia, juga terletak pada pelayanannya yang berfokus pada kerja tim. Tomoro Coffee mengklaim bahwa mereka merupakan salah satu yang terbaik dalam pelayanannya, sehingga ini menjadi salah satu pembeda dari kedai kopi lainnya, maka dari itu penelitian ini membahas mengenai bagaimana peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kohesivitas karyawan Tomoro Coffee cabang UNPAM Viktor, dengan menggunakan metode studi kasus untuk menggali realitas yang terjadi pada karyawan Tomoro Coffee terkait komunikasi organisasi yang mereka lakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kegiatan komunikasi organisasi di antara karyawan Tomoro Coffee cabang UNPAM Viktor untuk kepentingan pekerjaan, juga kepentingan komunikasi antar karyawan secara personal. Dari hasil penelitian ini, maka saran untuk para karyawan Tomoro Coffee adalah sangat penting untuk terus menjaga komunikasi di dalam organisasi, dalam hal ini kedai Tomoro Coffee cabang UNPAM Viktor demi terciptanya kohesivitas dalam bekerja serta dalam meningkatkan hubungan interpersonal antar karyawannya.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Kohesivitas Kelompok, Studi Kasus, Teori Sistem Sosial.

ABSTRACT

The current surge in coffee shop establishments has encouraged people to consume coffee, making coffee drinking and visiting coffee shops a new lifestyle trend, especially among teenagers and young adults, including university students. This phenomenon has driven many coffee shops to target students as their main market, for instance, by opening branches near university campuses. Tomoro Coffee is one of the Indonesian coffee chains that has recently gained popularity among people in the Greater Jakarta area (JABODETABEK). Since its official launch in 2022, Tomoro Coffee has continued to expand and has opened numerous branches across cities in JABODETABEK. What distinguishes this coffee shop is not only its use of authentic Indonesian coffee beans but also its emphasis on team-based service. Tomoro Coffee claims to be one of the best in customer service, which sets it apart from other coffee shops. Therefore, this study explores the role of organizational communication in enhancing employee cohesiveness at the Tomoro Coffee branch located at UNPAM Viktor. This research adopts a case study method to uncover the realities experienced by Tomoro Coffee employees regarding the organizational communication practices they engage in. The findings indicate that there is active organizational communication among the employees at the UNPAM Viktor branch, both for work-related purposes and personal interactions. Based on these findings, it is recommended that Tomoro Coffee employees maintain effective communication within the organization—specifically at the UNPAM Viktor branch—to foster cohesiveness at work and to strengthen interpersonal relationships among staff members.

Keywords: Organizational Communication, Group Cohesiveness, Case Study, Social Systems Theory.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses penting dalam kehidupan manusia untuk membangun hubungan antarindividu guna mencapai berbagai tujuan. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media, serta berlangsung dalam bentuk formal maupun nonformal. Manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan komunikasi untuk bertukar informasi, perasaan, dan pemikiran yang menjadi landasan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, komunikasi menjadi elemen penting dalam menjaga keterhubungan antarmanusia dalam kehidupan individu maupun kolektif.

Ragam bentuk komunikasi yang berkembang mencerminkan kompleksitas kehidupan sosial masyarakat. Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan komunikasi organisasi merupakan beberapa bentuk komunikasi yang dapat dibedakan berdasarkan cakupannya. Di antara bentuk-bentuk tersebut, komunikasi organisasi menempati posisi strategis karena berkaitan langsung dengan upaya bersama dalam mencapai tujuan institusional. Setiap individu dalam masyarakat pada umumnya akan terlibat dalam suatu organisasi, baik formal maupun informal, untuk mencapai kepentingan yang lebih besar.

Organisasi sendiri dipahami sebagai wadah bagi sekelompok orang yang bekerja sama secara terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Schein dalam Suranto (2018) menyebut organisasi sebagai koordinasi rasional dari aktivitas sekelompok individu yang disusun melalui pembagian kerja yang sesuai dengan fungsi dan peran masing-masing anggota. Koordinasi ini tidak akan berjalan efektif tanpa adanya komunikasi yang menjadi jembatan antarbagian dalam organisasi. Komunikasi memungkinkan terbentuknya pemahaman bersama, pembagian tugas yang jelas, serta pelaksanaan strategi secara kolektif.

Komunikasi dalam konteks organisasi bukan hanya alat penghubung, tetapi juga pondasi utama keberadaan organisasi itu sendiri. Suranto (2018) menekankan bahwa organisasi lahir dari komunikasi antarpemrakarsanya, dan terus hidup melalui komunikasi yang berlangsung di antara anggotanya. Melalui komunikasi yang efektif, nilai-nilai, visi, dan strategi organisasi dapat ditransformasikan dan dijalankan dalam praktik sehari-hari. Tanpa komunikasi yang baik, organisasi akan kehilangan arah dan identitasnya.

Peran komunikasi dalam organisasi semakin kompleks seiring dengan kebutuhan manajerial. Rangkuti (2017) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi berfungsi dalam merumuskan dan menyosialisasikan tujuan, menyusun strategi, serta mengelola sumber daya secara efektif. Komunikasi juga diperlukan dalam proses kepemimpinan dan motivasi kerja agar tercipta iklim organisasi yang sehat dan produktif. Dengan demikian, komunikasi berfungsi bukan hanya sebagai alat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen manajemen yang strategis.

Komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2018) adalah proses pertunjukan dan penafsiran pesan antara unit-unit dalam organisasi yang memiliki hubungan hierarkis. Hal ini mencerminkan bahwa komunikasi tidak terjadi dalam

ruang hampa, melainkan dalam struktur yang memiliki aturan, tanggung jawab, dan kewenangan yang berbeda-beda. Maka komunikasi dapat bersifat vertikal (atas ke bawah dan sebaliknya), horizontal (antarpegawai setingkat), maupun diagonal (lintas bagian dan jabatan), baik secara formal maupun informal.

Komunikasi organisasi memiliki implikasi besar terhadap kohesivitas anggota. Kohesivitas atau kelekatan kelompok dibutuhkan agar kerja tim berjalan efektif. Dalam era Society 5.0, kemampuan kerja sama menjadi kompetensi penting, karena tantangan zaman tidak dapat dihadapi sendirian. Kolaborasi menjadi kunci keberhasilan, dan kolaborasi hanya mungkin terjadi jika terdapat komunikasi yang baik yang mengikat dan menyamakan persepsi antaranggota organisasi.

Pembentukan kohesivitas tidak dapat berlangsung seketika. Butuh proses dan mekanisme yang berkesinambungan, salah satunya melalui komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan mendukung satu sama lain. Dalam konteks inilah komunikasi organisasi memainkan peran strategis. Komunikasi yang berlangsung secara aktif, efektif, dan mengedepankan semangat kebersamaan akan membentuk kepercayaan antarkaryawan dan memperkuat ikatan kerja tim yang sehat.

Fenomena ini dapat dilihat dalam praktik layanan di Tomoro Coffee, salah satu kedai kopi yang berdiri sejak 2022 dan berkembang pesat hingga memiliki 60 gerai di wilayah Jabodetabek (Kusrini, 2023). Tomoro Coffee mengklaim bahwa mereka menawarkan layanan dengan teknologi dan kualitas tinggi yang ditawarkan dengan harga terjangkau. Di balik layanan yang baik ini tentu terdapat kerja sama tim yang solid dari para karyawan di masing-masing cabangnya. Komunikasi organisasi berperan penting dalam membentuk koordinasi, pengambilan keputusan, dan solidaritas antarpegawai dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan pengamatan terhadap Tomoro Coffee cabang UNPAM Viktor, peneliti tertarik untuk menelaah lebih jauh bagaimana komunikasi organisasi berkontribusi dalam meningkatkan kohesivitas karyawan di lingkungan kerja tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran penting komunikasi organisasi dalam menciptakan tim kerja yang solid dan berorientasi pada pelayanan unggul, serta menjadi kontribusi ilmiah dalam pengembangan ilmu komunikasi organisasi di era digital dan kolaboratif seperti sekarang.

METODE

Penelitian ini dilakukan di kedai Tomoro Coffee cabang UNPAM Viktor, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, dengan rentang waktu pengamatan sejak September 2024 hingga Februari 2025. Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana peran komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kohesivitas karyawan. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berusaha menggambarkan secara mendalam dinamika komunikasi dalam lingkungan kerja yang spesifik, yakni kedai kopi yang memiliki aktivitas pelayanan intensif. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menjelaskan

interaksi dan proses komunikasi yang berkembang di antara para karyawan dalam konteks kerja mereka sehari-hari, sebagaimana disarankan oleh Mulyana dalam Kriyantono (2012).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan untuk menggali persepsi karyawan terhadap komunikasi organisasi dan dampaknya terhadap hubungan kerja mereka. Observasi membantu peneliti untuk mencermati perilaku komunikasi yang terjadi secara langsung tanpa ikut terlibat, sehingga data yang diperoleh tetap objektif. Sementara itu, studi dokumen memberikan informasi pelengkap mengenai budaya kerja Tomoro Coffee dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi kohesivitas internal. Dengan menggunakan tiga teknik ini, data yang diperoleh menjadi lebih kaya dan mendalam, serta memungkinkan adanya proses triangulasi yang memperkuat validitas hasil penelitian.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivisme, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang kompleks, dinamis, dan penuh makna. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk mengakui keterlibatan subjektivitas, namun tetap berpijak pada teori untuk menjaga objektivitas. Asumsi post-positivisme bahwa fakta tidak bebas nilai dan selalu berada dalam konteks sosial yang penuh makna sangat relevan ketika meneliti dinamika komunikasi dan hubungan interpersonal di lingkungan kerja. Pandangan ini juga menempatkan peneliti sebagai instrumen utama yang aktif dalam proses pengumpulan dan analisis data, sebagaimana dijelaskan oleh Ardianto dan Q-Anees (2014) serta Sugiyono (2014).

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyortir informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian, sedangkan penyajian data memungkinkan peneliti untuk menyusun informasi dalam bentuk naratif yang terstruktur agar lebih mudah dipahami. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara sistematis berdasarkan temuan lapangan. Pendekatan ini mendukung upaya peneliti dalam mengungkap pola-pola komunikasi yang berkontribusi terhadap kohesivitas antar karyawan di Tomoro Coffee.

Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi, yaitu pengecekan silang antara data dari berbagai sumber, teknik, dan waktu. William Wiersma menyebutkan bahwa triangulasi merupakan metode penting dalam memastikan kredibilitas data, dan hal ini ditekankan pula oleh Sugiyono (2014). Dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dilaporkan benar-benar mencerminkan kenyataan di lapangan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran komunikasi organisasi dalam membentuk kohesivitas di lingkungan kerja, khususnya dalam konteks kedai kopi yang mengandalkan kerja tim dan interaksi interpersonal yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Narasumber penelitian ini yaitu karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM yang aktif bekerja di Tomoro Coffee Cabang UNPAM, dimana karyawan tetap Tomoro Coffee Cabang UNPAM berjumlah empat orang yaitu Della yang merupakan barista Tomoro Coffee Cabang UNPAM, Rizky yang merupakan barista Tomoro Coffee Cabang UNPAM, Ariq yang merupakan Kepala Toko Tomoro Coffee Cabang UNPAM, dan Inna yang merupakan barista Tomoro Coffee Cabang UNPAM, dimana keempatnya sudah bekerja selama 10 bulan hingga tiga tahun di Tomoro Coffee dan telah mengalami berbagai situasi dan kondisi komunikasi dan interaksi antar sesama karyawan sehingga memenuhi syarat untuk menjadi narasumber penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumen. Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu pada cara kerja dan interaksi antar karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM di kesehariannya seperti pada saat bekerja dan pergantian *shift*. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti di Tomoro Coffee Cabang UNPAM dalam jangka waktu September hingga awal Oktober, ditemukan bahwa interaksi kerja antar karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM berlangsung baik dan efektif, komunikasi menggunakan bahasa yang tidak terlalu baku namun sopan dan dapat dipahami oleh semua anggota, serta konsumen yang membeli produk Tomoro. Dapat dikatakan baik dan efektif karena pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan dibuktikan dengan penyelesaian berbagai permasalahan setiap harinya, dan hambatan yang minim, adapun beberapa permasalahan yang ternyata ditemukan oleh peneliti pada saat wawancara para narasumber, tidak ditemukan pada proses observasi yang berlangsung sebelum proses wawancara narasumber.

Yang kedua, peneliti melakukan wawancara terhadap empat karyawan tetap Tomoro Coffee Cabang UNPAM. Wawancara berfokus pada kegiatan komunikasi di dalam organisasi, dimana kegiatan komunikasi di dalam organisasi dapat dibagi ke dalam dua jenis, yaitu komunikasi formal dan informal (Suwatno, 2019). Hasil wawancara ini kemudian dikaitkan dengan hal-hal yang terlibat di dalam komunikasi organisasi dalam rangka meningkatkan kohesivitas karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM, sebagaimana dalam teori sistem sosial, yaitu interdependence, keterbukaan, saluran internal dan eksternal organisasi yang dapat membawakan pengaruh pada organisasi, serta pembaharuan dalam organisasi.

1. Jenis Kegiatan Komunikasi Organisasi

Pertama, Komunikasi formal terjadi pada saat bekerja di Tomoro Coffee Cabang UNPAM, dimana komunikasi formal ini merupakan komunikasi yang didasari oleh aturan-aturan organisasi, dalam hal ini Tomoro Coffee. Komunikasi formal di Tomoro Coffee pun berlangsung secara langsung pada saat bekerja, dan melalui media komunikasi khususnya Whatsapp *group chat*. Ini seperti yang dikatakan oleh seluruh narasumber penelitian ini.

“Komunikasi formalnya paling ya kayak sehari-hari aja komunikasi saat kerja dan di *group chat* Whatsapp seperti misalnya kita ya kayak pinjam barang ke *outlet* lain nanti kita ganti gitu, kan kalau pas kita lagi ramai kita gak mungkin kan nunggu barang datang,

jadi bisa saling komunikasi di situ, ya seputar kerjaan aja kak kalau yang formal itu.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

Lebih lanjut, narasumber Della menjelaskan mengenai anggota dalam Whatsapp *group chat*, sebagai berikut.

“Karyawan, Kepala Toko, dan Manajer Area, dan Owner. Jadi ada grup seluruh *outlet* gitu kak, jadi ketika ada pengumuman target capaian itu bisa tahu satu sama lainnya *outlet* mana aja yang bisa mencapai target dan tidak.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

Dalam kedua pernyataan tersebut, narasumber Della mengungkapkan bahwa komunikasi formal dilakukan setiap harinya pada saat bekerja baik secara langsung, maupun melalui media Whatsapp *group chat*, dimana di dalam group chat tersebut terdapat beberapa anggota organisasi Tomoro Coffee lain selain karyawan tetap di posisi seperti Della, yaitu Kepala Toko, Area Manager, dan Owner. Dimana hal ini menunjukkan bahwa terjadi komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal. Menurut Pace dan Faules (2018), terdapat tiga aliran komunikasi di dalam organisasi yaitu komunikasi vertikal yaitu komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah dimana dalam organisasi Tomoro Coffee bisa terjadi antara karyawan, Kepala Toko, dan Area Manager, serta Owner, komunikasi horizontal yaitu komunikasi antar anggota dengan kedudukan yang sama di dalam organisasi yaitu bisa terjadi antar karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM pada grup tersebut, dan komunikasi lintas saluran atau komunikasi diagonal yaitu komunikasi yang terjadi di antara anggota organisasi dari berbagai bagian ini bisa terjadi antar karyawan dari bagian-bagian yang berbeda yang ada di dalam grup tersebut.

Pernyataan narasumber Della tersebut mengenai komunikasi formal secara langsung maupun melalui media Whatsapp didukung oleh narasumber-narasumber lainnya, sebagai berikut.

“Komunikasi formalnya paling ya kayak sehari-hari aja komunikasi saat kerja dan di *group chat* Whatsapp seperti misalnya kita ya kayak pinjam barang ke *outlet* lain, pengumuman capaian, ya gitu sih kak.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

Pada pernyataan narasumber Rizky, terdapat penambahan pesan yaitu kegunaan group chat juga untuk pengumuman capaian outlet.

“Anggotanya ada Karyawan, Kepala Toko, dan Manajer Area, dan Owner. Jadi ada grup seluruh *outlet* gitu kak, jadi ketika ada pengumuman target capaian itu bisa tahu satu sama lainnya *outlet* mana aja yang bisa mencapai target dan tidak, kalau ada yang izin-izin tidak bisa masuk juga dari situ bisa kak.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

Narasumber Rizky juga menyatakan bahwa anggota group chat terdiri dari karyawan, Kepala Toko, Area Manager, dan Owner. Narasumber Rizky menambahkan bahwa selain capaian target juga bisa menyampaikan izin jika tidak dapat bekerja.

Selain itu, narasumber Ariq yang merupakan Kepala Toko juga menyatakan hal yang serupa terkait dengan komunikasi formal baik secara langsung maupun melalui media.

“Ya, untuk komunikasi sendiri itu ya secara langsung jelas ya, koordinasi secara formal masalah kerjaan sebelum kerja gitu ya kayak pengarahan, koordinasi sambil kerja, terus seperti saat evaluasi juga ada kan komunikasi formal. Tapi ya bahasanya biasa saja ya, bukan bahasa yang terlalu baku.” (Ariq, wawancara, 19 Desember 2024).

Dari pernyataan narasumber Ariq, komunikasi formal dilakukan secara langsung berupa koordinasi pekerjaan secara formal seperti pengarahan, koordinasi pada saat bekerja di area (sebutan untuk kedai), dan saat evaluasi pekerjaan. Lebih lanjut, narasumber Ariq menyatakan tentang komunikasi formal dalam media Whatsapp, sebagai berikut.

“Media kayak Whatsapp sih ada ya pasti.” (Ariq, wawancara, 19 Desember 2024).

“Iya, tapi di dalamnya juga ada area manager dan owner. Jadi tetap ada yang mengawasi untuk kegiatan cabang.” (Ariq, wawancara, 19 Desember 2024).

“Ya terkait pekerjaan, koordinasi pekerjaan di situ, target yang mau dicapai, laporan pencapaian target, dan sebagainya ada di situ. Jadi semua tahu hasil satu sama lainnya.” (Ariq, wawancara, 19 Desember 2024).



Dari pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa koordinasi pekerjaan melalui Whatsapp berlangsung antara karyawan, narasumber Ariq sebagai Kepala Toko, Area Manager, dan Owner, dimana hal ini sama seperti yang dinyatakan oleh kedua narasumber sebelumnya, narasumber Della dan narasumber Rizky.

Selanjutnya pernyataan dari narasumber terakhir yaitu narasumber Inna sebagai berikut.

“Komunikasi formalnya paling ya kayak sehari-hari aja komunikasi saat kerja dan di *group chat* Whatsapp seperti misalnya kita ya kayak pinjam barang ke *outlet* lain nanti kita ganti gitu, kan kalau pas kita lagi ramai kita gak mungkin kan nunggu barang datang, jadi bisa saling komunikasi di situ, ya seputar kerjaan aja kak kalau yang formal itu.” (Inna, wawancara, 20 Desember 2024).

Dari pernyataan tersebut, komunikasi formal dilakukan pada pekerjaan sehari-hari baik secara langsung, maupun melalui *group chat* Whatsapp. Adapun anggota *group chat* mencakup pihak-pihak sebagaimana seperti yang telah dinyatakan oleh narasumber-narasumber sebelumnya, yaitu sebagai berikut.

“Karyawan, Kepala Toko, dan Manajer Area, dan Owner. Jadi ada grup seluruh *outlet* gitu kak, jadi ketika ada pengumuman target capaian itu bisa tahu satu sama lainnya *outlet* mana aja yang bisa mencapai target dan tidak.” (Inna, wawancara, 20 Desember 2024).

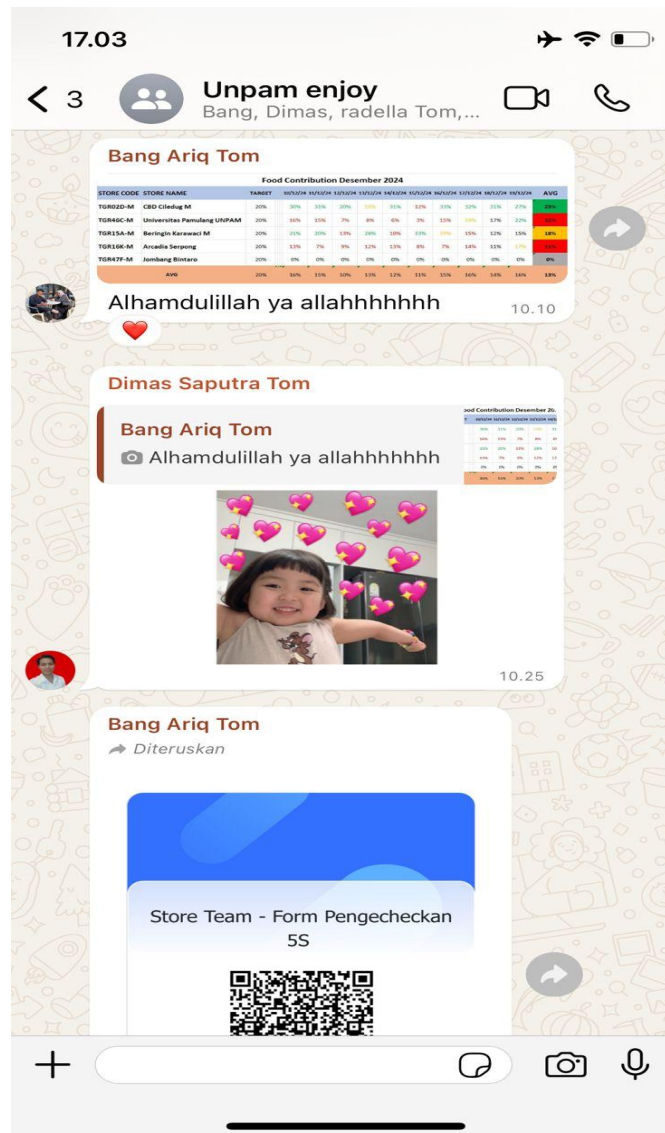
Selain pesan tentang target yang disampaikan di Whatsapp, ada juga penyelesaian berbagai permasalahan pekerjaan, seperti yang dinyatakan selanjutnya oleh narasumber Inna sebagai berikut.

“Paling kalau ada minus di barang sih. Misalnya kayak ketika kita salah memasukan barang ke sistem gitu, atau kelebihan, padahal barang aslinya tidak segitu. Ya paling dikomunikasikan aja sih, mau itu lewat Whatsapp atau langsung.” (Inna, wawancara, 20 Desember 2024).

Permasalahan formal tersebut mengenai salah satu tugas dalam pekerjaan karyawan tetap Tomoro Coffee Cabang UNPAM yaitu dalam hal pergudangan, yang mencakup pengecekan barang yang masuk dan penginputan ke dalam sistem *inventory* Tomoro Coffee.

Kedua, Komunikasi informal terjadi pada saat bekerja di Tomoro Coffee Cabang UNPAM, dimana komunikasi informal ini merupakan komunikasi yang tidak tergantung atau memperhatikan struktur organisasi (Suwatno, 2019).

Komunikasi informal seperti contohnya komunikasi antarkaryawan yang dilakukan secara santai seperti contohnya obrolan di kantin, gosip, dan sebagainya tanpa memandang posisi masing-masing di tempat kerja atau organisasi. Pada karyawan Tomoro Coffee, komunikasi informal terjadi pada saat di luar jam kerja, seperti contohnya ketika istirahat, atau selepas *shift* sehabian. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh keempat narasumber sebagai berikut.



“Komunikasi informalnya ya seperti kita kalau lagi di luar jam kerja kita biasa ngobrol, ya *sharing* soal kerjaan sebelumnya, keluarga, dan sebagainya.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

“Komunikasi informalnya ya seperti kita kalau lagi di luar jam kerja kita biasa ngobrol tentang apa aja sih, biasanya soal kerjaan, keluarga, gitu paling.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

“... paling aku berusaha untuk membangun komunikasi informal yang baik gitu kayak ya makan-makan bareng biar di situ bisa ngobrol santai gitu, jadi ketika

ada insentif karena target Cabang tercapai, atau saat audit hasilnya bagus, ya kita makan-makan. Tapi kalau di Tomoro Coffee Cabang UNPAM sendiri belum pernah saya terapkan sih, karena saya masih baru ditempatkan di sini ya. Tapi ketika di cabang sebelumnya cara saya kayak gitu sih, dan mungkin saya terapkan juga di sini. Ya, kalau gak makan-makan di luar, kita beli makan terus kita makan bareng-bareng sambil ngobrol santai aja paling.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

“Komunikasi informalnya ya seperti kita kalau lagi di luar jam kerja kita biasa ngobrol, ya *sharing* soal kerjaan sebelumnya, keluarga, dan sebagainya, jadi terbuka sih. sama Kepala Toko pun kita sama, pernah *sharing* juga secara personal. Dia (Kepala Toko) juga terbuka sih.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

“... Jadi kalau kita jarang banget ada komunikasi informal kalau di Whatsapp. Kalau pribadi tidak tahu ya masing-masingnya bagaimana, tapi kalau saya sendiri jarang kak buka obrolan pribadi di Whatsapp, paling kalau personal chat ya masih masalah pekerjaan itu pun sebenarnya bisa dan lebih baik diomongin di grup kak.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, karyawan Tomoro Coffee juga melakukan komunikasi informal terutama secara langsung, sementara komunikasi informal di Whatsapp *group chat* dan Whatsapp secara pribadi/interpersonal antar karyawan jarang terjadi, selain karena faktor anggota grup Whatsapp bukan hanya terdiri dari karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM saja, tetapi juga terdapat Area Manager dan Owner yang membuat karyawan merasa kurang leluasa, obrolan pribadi juga lebih sering dilakukan saat bertemu langsung dan dirasa cukup, dan masing-masing karyawan tidak tahu secara rinci komunikasi interpersonal antar karyawan di luar pekerjaan terutama komunikasi melalui media Whatsapp.

2. Implikasi Unsur-unsur Teori Sistem pada Komunikasi Organisasi

Dari dua jenis kegiatan komunikasi tersebut, baik formal maupun informal, peneliti menganalisis keterlibatan penting unsur-unsur dari teori sistem untuk menganalisis organisasi dan komunikasi organisasi yaitu *interdependence*, keterbukaan, saluran internal dan eksternal organisasi yang dapat membawakan pengaruh pada organisasi, serta pembaharuan dalam organisasi yang nantinya akan memberikan andil dalam sebuah sistem organisasi.

Yang pertama, *interdependence* atau saling ketergantungan. Semua bagian organisasi saling berhubungan. Agar organisasi bekerja secara efektif, maka semua unit organisasi harus dikoordinasikan dengan baik dimana koordinasi ini hanya dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi. Dalam hal ini, Tomoro Coffee Cabang UNPAM membuktikan bahwa terdapat ketergantungan antar karyawan satu dengan lainnya, bahkan dengan atasan-atasan mereka yang tidak selalu berada di Tomoro Coffee Cabang UNPAM seperti Area Manager dan Owner. Ketergantungan tersebut diperlihatkan dalam komunikasi dan interaksi di keseharian saat bekerja dan saat komunikasi informal, serta komunikasi di dalam Whatsapp *group chat* terkait pekerjaan, dimana terdapat pola komunikasi saling membutuhkan untuk menyelesaikan tugas sehari-hari seperti koordinasi saat bekerja untuk melayani customer. Sistem tim yang diterapkan di Tomoro Coffee ini menunjukkan tipe

pekerjaan yang harus dilakukan secara tim atau membutuhkan kerjasama, sehingga komunikasi dan interaksi di dalam organisasi pun sifatnya saling ketergantungan secara formal. Dalam komunikasi informal memang masing-masing narasumber terkesan tidak ingin membeberkannya terlalu dalam, namun dari hasil wawancara yang didapatkan, komunikasi informal yang terjadi antar karyawan di Tomoro Coffee Cabang UNPAM berfungsi untuk mempererat hubungan antar karyawan karena perasaan saling bergantung satu sama lainnya demi kerja sama tim yang baik. Beberapa pernyataan yang mendukung adanya saling ketergantungan antara karyawan Tomoro Coffe adalah sebagai berikut.

“Ya kalau ngomong ke satu sama lain yang sopan, memang tidak perlu pakai bahasa baku sih, tapi yang jelas harus sopan dan tidak menyinggung satu sama lain aja juga menggunakan nada suara yang tidak tinggi.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

“Oh kalau itu kita paling sama-sama sih kak, karena setiap karyawan dituntut harus paham dan bisa *handle* semuanya, dan nanti kan ada pembagian tugas juga.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

“Oh kalau ini sih kita saling aja kak, kesadaran aja, kalau dilihat area kotor ya kita rapihkan, kalau di bar tidak terlalu sibuk atau ada yang bantu *handle*, kita bisa rapihkan area kayak beres-beres meja, kursi, sampah.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

“Tidak kak, kita semua ya saling bantu dan kesadaran masing-masing aja, karena kan semua juga ingin bagus kerjanya, ingin rapih, ingin ya selesai dengan baik kak.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

Narasumber Della selalu menegaskan bahwa masing-masing karyawan saling membantu dan senantiasa berkomunikasi dengan bahasa yang sopan agar tidak menyinggung satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing karyawan membutuhkan satu sama lainnya dalam bekerja dan berkamuikasi, untuk itu mereka berusaha untuk saling membantu, karena akan tiba saatnya merekalah yang harus dibantu demi tercapainya target Cabang. Pernyataan-pernyataan serupa juga dinyatakan oleh narasumber-narasumber lainnya, sebagai berikut.

“Komunikasinya ya baik-baik aja sih kak, lancar, paling kita saling menjaga bahasa dan nada suara.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

“Ya bicara yang sopan, tidak menyinggung satu sama lain, nada bicaranya juga diatur biar orang lain tidak tersinggung.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

“Oh kalau itu kita paling sama-sama sih kak, karena setiap karyawan dituntut harus paham dan bisa *handle* semuanya, selain itu juga nanti ada pembagian tugas dari atasan tiap minggunya..” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

“Tidak kak, kita semua ya saling bantu dan kesadaran masing-masing aja, karena kan semua juga ingin bagus kerjanya, ingin rapih, ingin ya selesai dengan baik kak dan gak ada masalah kak.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

Pernyataan-pernyataan narasumber Rizky tersebut mirip dengan pernyataan narasumber Della, ada tiga poin utama yang disebutkan oleh Rizky dan Della, yaitu pertama, komunikasi dengan sopan dan mengatur nada bicara agar tidak menyinggung satu sama lainnya, kedua, harus bisa saling membantu satu sama lainnya karena dari awal mereka sudah dilatih untuk bisa mengerjakan berbagai pekerjaan seperti menangani kasir, bar, membereskan area, menangani pergudangan, dan sebagainya sehingga bisa memegang kendali pekerjaan ketika karyawan lain membutuhkan bantuan, dan ketiga, mereka harus memiliki kesadaran untuk saling membantu demi tercapainya target dengan baik, dalam arti mampu menyelesaikan pekerjaan dengan rapih.

Selain narasumber Della dan narasumber Rizky, saling ketergantungan juga dinyatakan secara implisit oleh narasumber Ariq, yang merupakan Kepala Toko, sebagai berikut.

“Ya saya usahakan selalu mengingatkan karyawan lainnya untuk selalu mengecek barang setiap hari, kerapihan, dan sebagainya, intinya saling mengingatkan aja sih kak.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

Dari pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa Kepala Toko pun tetap membutuhkan karyawan dalam bekerja, untuk itu narasumber Ariq senantiasa mengingatkan karyawan lain untuk melakukan pekerjaan mereka dengan baik, dan narasumber Ariq juga menegaskan karyawan untuk saling mengingatkan. Dari pernyataan tersebut, ada unsur *interdependence* dalam komunikasi antara Kepala Toko dan karyawan juga.

Yang terakhir adalah pernyataan dari narasumber Inna yang menyatakan *interdependence*, sebagai berikut.

“Oh kalau ini sih kita saling aja kak, kesadaran aja, kalau dilihat area kotor ya kita rapihkan, kalau di bar tidak terlalu sibuk atau ada yang bantu *handle*, kita bisa rapihkan area.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

“Tidak kak, kita semua ya saling bantu dan kesadaran masing-masing aja, karena kan semua di sini juga ingin bagus kerjanya, ingin rapih, ingin ya selesai dengan cepat dan baik aja sih kak.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Dari keempat narasumber yang diwawancara, keempatnya mengaku saling bergantung satu sama lainnya dalam pekerjaan, ketiga narasumber yaitu Della, Rizky, dan Inna sebagai karyawan tetap menyatakan beberapa pernyataan yang kurang lebih senada, yaitu mengenai saling memiliki kesadaran untuk saling membantu pekerjaan atas dasar ingin menyelesaikan pekerjaan dengan baik, sementara Kepala Toko Ariq memposisikan dirinya sebagai pihak yang ingin selalu mengingatkan karyawannya, dan mengharapkan adanya komunikasi untuk saling

mengingatkan soal pekerjaan di dalam tim, termasuk mengingatkan dirinya sebagai Kepala Toko.

Yang kedua, keterbukaan. Organisasi harus berhati-hati terhadap perubahan lingkungan karena lingkungan dapat menghambat efektivitas organisasi, anggota organisasi harus berkomunikasi secara aktif dan sigap dalam mengidentifikasi hambatan komunikasi di dalam organisasi sehingga dapat dengan cepat menangani segala hambatan dengan cara komunikasi secara terbuka. Pada poin keterbukaan ini, para karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM selalu mengupayakan komunikasi yang terbuka, terutama ketika mengalami suatu hambatan, walaupun memang pada praktiknya upaya keterbukaan dalam berkomunikasi ini juga masih belum sepenuhnya bisa dijalankan dengan baik, terutama jika ada konflik mengenai pekerjaan. Ada beberapa pernyataan mengenai komunikasi keterbukaan ini dari semua narasumber, dimana komunikasi dengan keterbukaan ini dipraktikkan dalam beberapa situasi baik komunikasi secara langsung, maupun secara tidak langsung. Adapun pernyataan-pernyataannya adalah sebagai berikut.

“Ya paling kalau ada minus di barang sih. Misalnya kayak ketika kita salah memasukan barang ke sistem gitu, atau kelebihan, padahal barang aslinya tidak segitu. Ya paling dikomunikasikan aja sih, mau itu lewat Whatsapp atau langsung.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

“Ya diomongin dan pengecekan ulang barang-barangnya, atau inventory. Kan ada ya bagian-bagiannya sendiri *inventory*. Jadi bagian *inventory* itu berbeda-beda bagiannya setiap harinya, jadi semua bisa *handle inventory*, ya memang tidak setiap hari sih barang datang tapi beberapa hari sekali ada jadwalnya untuk vendor dari *food*, susu, *packaging*, dan sebagainya, nanti baru setiap bulannya bagian Kepala Toko yang merekap.” (Della, wawancara, 3 Desember 2024).

Dari pernyataan narasumber Della tersebut, keterbukaan salah satunya dilakukan pada saat penyelesaian masalah seperti permasalahan minus barang *inventory*, keterbukaan ini dalam bentuk penyampaian masalah dan penyelesaian masalah secara langsung maupun melalui Whatsapp. Pernyataan tersebut serupa dengan pernyataan Rizky, sebagai berikut.

“Ya paling saat ada masalah di barang yang minus. Misalnya kayak ketika kita salah memasukan barang ke sistem gitu, jadi lebih atau kurang, padahal barang aslinya tidak segitu. Ya paling dikomunikasikan aja sih, mau itu lewat Whatsapp atau langsung.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

“Ya diomongin dan pengecekan ulang barang-barangnya, atau inventory. Kan ada yang *handle inventory* setiap harinya tergantung siapa yang saat itu ditugaskan, jadi semua bisa *handle inventory*.” (Rizky, wawancara, 3 Desember 2024).

Permasalahan *inventory* atau pengadaan barang seperti bahan pembuatan minuman, makanan yang masuk, hingga *packaging* merupakan yang sangat

mungkin terjadi, karena pengecekan pengadaan barang membutuhkan ketelitian dalam memeriksa, menghitung, hingga memasukan ke dalam sistem Tomoro Coffee. Ketika terjadi permasalahan ini, salah satu cara penyelesaiannya adalah dengan keterbukaan penyampaian masalah dan upaya penyelesaian masalah baik dengan berkomunikasi secara langsung maupun melalui Whatsapp antar sesama karyawan dan Kepala Toko.

Sedikit berbeda dengan narasumber Della, dan Rizky, narasumber Ariq menganggap bahwa komunikasi keterbukaan memang penting dalam menyelesaikan masalah, namun pada praktiknya, untuk terbuka satu sama lain ini cukup sulit karena harus mempertimbangkan antara profesionalitas kerja dan perasaan pribadi ketika tertimpa permasalahan, seperti yang diungkapkan narasumber Ariq sebagai berikut.

“Kalau konflik ya pasti pernah sih kak, masalah pekerjaan misalnya. Kalau masalah personal sih gak pernah, kita baik-baik aja secara personal. Kalau konflik paling contohnya kayak *missed communication* aja. Sebenarnya kan semua karyawan itu dituntut harus paham semuanya ya, kayak barista bisa, megang kasir bisa, bersih-bersih, beres-beres area bisa, masalah pergudangan juga harus bisa, nah, kayak yang baru kemarin banget sih kak kejadiannya. Jadi barang itu kan datang hari Minggu, nah ketika barang datang, kita harusnya GR (*Good Receipt*), jadi setiap kita terima barang masuk, kita juga harus memasukan ke sistem. Tapi kemarin itu yang menerima barang bukan aku, tapi Della. Nah, tapi Della gak melapor ke aku saat nerima barang dan memasukan ke sistem, akhirnya jadi *douuble receipt* karena besoknya aku juga memasukan barang masuk ke sistem. Jadi misal, barang masuk jumlahnya tiga puluh, nah, di sistem GR itu kita harus memasukan barang yang masuk tiga puluh juga, tidak boleh kurang, tidak boleh lebih, karena kan barang itu bernilai uang kan, jadi kalau jumlah barang tidak benar, itu pengaruh ke catatan pendapatannya juga. Nah, Della itu seharusnya kan sudah tahu SOPnya ya, jadi dia melakukan penerimaan barang dan menginput di GR tanpa memberi tahu ke aku sebagai Kepala Toko gitu, jadi kan *douuble receipt*, itu kan jadi minus ya, karena di sistem barang *douuble*, tapi kenyataannya kan cuma satu, kita bisa rugi kan kalau gitu.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

Lebih lanjut, narasumber Ariq menjelaskan mengenai penyelesaian masalah tersebut melalui komunikasi secara terbuka, sebagai berikut.

“Itu kan Della pada saat saya sadar ada *douuble receipt*, dia lagi diperbantukan di Serpong kan. Jadi setelah ketahuan itu kita belum ketemu langsung, bahkan sampai sekarang, karena baru beberapa hari kan. Tapi untuk penyelesaiannya paling saya bilang ke Della, minta konfirmasinya kenapa itu di-GR sendiri, ya kemudian Della meminta maaf sih via telepon.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

“Ya, pasti harus lapor ya ke manajer, kita juga harus menyelesaikannya ke vendor.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

“Ya paling di Whatsapp dijelaskan, kemudian ditelepon juga. Ini sedang diproses di vendor juga, jadi ya agak ribet juga prosesnya, walaupun sebenarnya

salah vendor juga sih, mereka juga kan punya catatan barang keluar, harusnya bisa dikonfirmasi dan gak harus sampai *double receipt* ketika dari sininya ter-input dua kali. Jadi saya kesal juga sama Della ya, memang dia sudah minta maaf, tapi kan dia paham dong SOPnya bahwa dia gak berhak untuk meng-*update* ke sistem, karena yang berhak mengupdate ke sistem itu hanya Kepala Toko, walaupun memang karyawan juga diajari caranya untuk meng-*handle* kalau *urgent*. Jadi Della itu inisiatif lah ya istilahnya, tapi inisiatifnya salah karena tidak melapor dulu.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

Komunikasi dengan keterbukaan memang sudah dipraktikkan dalam menyelesaikan permasalahan pergudangan yang mengalami *missed communication*, terutama oleh pihak-pihak yang terkait seperti narasumber Della dan narasumber Ariq yang berusaha menyelesaikan masalah melalui media komunikasi Whatsapp dan telepon sesaat setelah permasalahan diketahui dan diidentifikasi. Komunikasi dalam bentuk permintaan maaf dan upaya praktis penyelesaian masalah pun sudah dilakukan dengan melibatkan pihak lain yang mungkin terkait seperti vendor, serta memberikan pertanggungjawaban kepada manager. Walaupun keterbukaan dalam komunikasi sudah dilakukan, namun permasalahan belum benar-benar selesai per tanggal 19 Desember 2024 saat wawancara berlangsung karena narasumber Ariq masih merasa belum puas jika belum menyampaikan pesan secara langsung dengan narasumber Della yang saat itu masih belum kembali ke *outlet* Tomoro Coffee Cabang UNPAM karena masih menjadi *crew* perbatuan di outlet Serpong.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa penyelesaian masalah pekerjaan secara profesional dan teknis bisa dilakukan melalui media Whatsapp obrolan dan telepon, walaupun secara pribadi, narasumber Ariq masih belum merasa puas karena ingin menyampaikan pesan secara langsung atau tatap muka tanpa perantara media tertentu.

Yang terakhir komunikasi keterbukaan dalam organisasi juga dialami oleh narasumber Inna, sebagai berikut.

“Ya itu, misalkan ada yang ngeyel karena tidak mau menerima masukan, seperti kan di sini itu ada guidelines cara membuat produk step by step. Jadi ketika ada langkah yang salah atau terlewat, kita tegur, dan dia bilang, “*enggak kok, sudah benar caranya*”, ya paling kita bilang aja, “*yuk coba lihat CCTV kalau gak percaya*”, jadi dari situ kan dia pasti jawab, “*oh ya, gue salah ya*”. Ya, seperti itu kak contohnya, kalau kita kan cari jalan terbaik aja buat sesama, biar dia gak ditegor atasan, dan kita juga gak ditegor atasan karena ngajarinnya benar, gitu sih kak.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

“Paling kalau minus gitu biasanya *inventory* kak, kalau kasir sepertinya saya belum pernah mengalami atau melihat minus gitu di kasirnya. Karena kebanyakan juga kan bayar pakai qris kan, jadi seringnya pas gitu. Kalau *inventory* itu kan masuknya barang ya kak, kan harus dihitung dan input ke sistem, karena kalau beda antara barang yang masuk dengan yang kita input ke sistem itu pengaruh ke untung

rugi kita kak. Paling kalau ada kesalahan ya kita saling cek ulang sih kak sebelumnya, paling kalau sudah terlanjur salah, kita tanya orang yang pegang (*handle*) *inventory*, “*lo kenapa, kenapa bisa salah input? kenapa yang diinput lebih atau kurang?*”, paling ya nanti dari sana bisa diselesaikan sih kak, ya nanti minta yang bertugas pegang *inventory* pada saat itu untuk konfirmasi lagi ke vendornya misalkan.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Lebih lanjut Inna menjelaskan, komunikasi terbuka juga bukan hanya sekedar dalam hal penyelesaian masalah dalam pekerjaan, tetapi juga ketika penyampaian tugas dan evaluasi pekerjaan, sebagai berikut.

“... kayak penyampaian tugasnya untuk masing-masing karyawan apa, pencapaian target sehari-harinya itu harus berapa, dan hasil capaian targetnya juga. Tapi paling gak setiap hari sih kak, cuma beberapa kali seminggu itu pasti disampaikan oleh Kepala Tokonya, tapi gak pasti juga sih berapa kalinya.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Lebih lanjut, penyampaian tugas dan penyampaian hasil capaian target juga disampaikan di media Whatsapp oleh Area Manager dan Owner. Adapun segala urusan pekerjaan narasumber Inna lebih menyukai menyampaikan di grup agar lebih terbuka dengan karyawan lain serta atasan.

“Kalau di grup Whatsapp kan ada Area Manager, dan Owner ya, ada pun yang di grup Whatsapp Toko itu juga untuk yang formal kak. Jadi kalau kita jarang banget ada komunikasi informal kalau di Whatsapp. Kalau pribadi tidak tahu ya masing-masingnya bagaimana, tapi kalau saya sendiri jarang kak buka obrolan pribadi di Whatsapp, paling kalau personal chat ya masih masalah pekerjaan itu pun sebenarnya bisa dan lebih baik diomongin di grup kak.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Selain itu, komunikasi keterbukaan juga dilakukan dalam bentuk evaluasi baik melalui media Whatsapp, maupun secara langsung sebagaimana dua pernyataan narasumber Inna sebagai berikut.

“Di Whatsapp iya, secara langsung juga kadang-kadang dilakukan, misalnya sebelum *shift* dimulai gitu aja sih kak, karena kan mengumpulkan semua karyawan dalam satu waktu itu kan hanya pada hari-hari tertentu kak, dan pada menjelang pergantian *shift* kak, biasanya sih waktu ramai di *shift middle* itu pas lagi kumpul semua, ya disampaikan aja secara singkat, kayak ngobrol sebentar, terus ya saat itu disampaikan *briefing* masalah SOP, permasalahan di *store*, evaluasi target, dan berbagai permasalahan sebelumnya, dan ada juga penyampaian masukan untuk satu sama lainnya.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

“Oh, kadang ada pembelaan diri, tapi ya sudah pada akhirnya sama-sama menerima, karena kita juga kan memberi kritik dan masukan tidak asal-asalan ya kak, harus ada buktinya, jadi ya kesadaran masing-masing juga ya kalau kita salah kita harus mau menerima kritik dan masukan. Jadi gak ada perdebatan panjang sih kak, saling meminta maaf dan memaafkan aja setelahnya. Dan ini gak lama sih kak,

paling hanya beberapa menit aja sekitar sepuluh sampai lima belas menit mungkin.” (Inna, wawancara 20 Desember 2024).

Komunikasi yang terbuka dilakukan baik secara langsung maupun melalui media Whatsapp, adapun pesan-pesan yang berusaha disampaikan secara terbuka selain penyelesaian masalah juga pendelegasian tugas, laporan pencapaian target, hingga evaluasi karyawan.

Yang ketiga, bentuk analisis yang bersifat sangat kecil dan sangat besar. implikasinya bahwa ada banyak tingkat organisasi dalam suatu organisasi. Untuk memahami organisasi, kita harus menginterpretasikan pekerjaan dalam sistem dan saling menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Teori sistem mengidentifikasi pengaruh luar dari organisasi. Teori ini juga menunjukkan pentingnya saluran internal dan eksternal dari komunikasi organisasi. Dalam hal ini, Tomoro Coffee Cabang UNPAM memiliki hubungan dengan luar organisasinya, dalam hal ini seperti *vendor* hingga pelanggan, dimana hubungan ini dibangun dengan jenis kegiatan komunikasi langsung dan melalui media. Komunikasi langsung contohnya ketika melayani pelanggan di *outlet*, sementara komunikasi melalui media seperti ketika berkomunikasi dengan *vendor* penyedia bahan pembuat berbagai menu kopi, penyedia menu makanan, hingga *packaging*. Baik antara karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM dengan *vendor*, maupun antara karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM dengan pelanggan terjadi komunikasi dan interaksi, baik buruknya interaksi dan komunikasi ini berusaha dibangun dengan berbagai upaya seperti pelatihan pelayanan kepada konsumen, pelatihan mengatasi urusan pergudangan yang akan berurusan juga dengan *vendor*. Maka dari itu, saluran komunikasi baik di internal organisasi, maupun saluran ke eksternal organisasi harus digunakan dengan baik.

Yang keempat, penyesuaian dan pembaruan organisasi. Organisasi bukan merupakan kesatuan yang bersifat statis. Organisasi harus fleksibel dan dapat menerima pembaruan secara terus menerus dan mampu menghadapi hambatan dari perubahan lingkungan. Saluran komunikasi eksternal dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi relevan dari lingkungan untuk memberi informasi anggota organisasi tentang kebutuhan pembaruan. Saluran komunikasi eksternal juga dapat digunakan untuk memberi informasi dan pengaruh organisasi yang relevan dalam lingkungan sistem. Dalam hal ini, penyesuaian dan pembaruan dalam organisasi Tomoro Coffee Cabang UNPAM memang bersifat dinamis, namun para karyawan Tomoro Coffee Cabang UNPAM bukanlah satu-satunya pengambil keputusan dalam penyesuaian dan pembaruan organisasi, karena ada pihak yang lebih berwenang lainnya seperti Owner yang merupakan pengambil keputusan utama mengenai berbagai penyesuaian dan pembaruan organisasi. Hal ini salah satunya ditunjukkan juga dengan adanya sistem kenaikan jabatan, sistem *rolling* karyawan, hingga kebijakan, dan sistem audit, yang seluruhnya tertera dalam pernyataan wawancara dengan narasumber, sebagai berikut.

“Mba Della, itu yang paling lama di Tomoro kalau di antara karyawan lainnya, cuma dia di-*rolling* di tempat lain, kemudian balik lagi ke sini. Kalau mas

Rizky itu baru tiga setengah bulan sih di sininya, tapi kalau di cabang lain sudah lama dia, setahun mungkin. Kalau mba Inna itu baru.” (Ariq, wawancara 19 Desember 2024).

“Ya, itu yang menilai bisa dari managernya kak, bisa dilihat dari capaiannya, ada juga dari laporan bagaimana pelayanannya, gitu aja sih kak. Sama paling dari cara dia mengatasi komplain dari *customer* gitu, itu kan Kepala Toko juga bisa lihat langsung.” (Ariq, wawancara 20 Desember 2024).

“Kalau komunikasi dan interaksi dengan Kepala Toko sih selama ini enak-enak aja kak, soalnya kan memang tugas dari Kepala Toko itu kan sebenarnya dari *owner* juga, jadi ya kita ngikut aja. Jadi sejauh ini nyaman-nyaman aja sih, kita kerja sesuai dengan SOP perusahaan aja sih kak. Biasanya juga *owner* kan memberi tugas atau kebijakan dari grup tersebut kak, nanti baru disampaikan lagi oleh Kepala Toko, ya disesuaikan aja dengan situasi dan kondisi di setiap tokonya.” (Della, 3 Desember 2024).

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, segala proses penyesuaian dan pembaruan organisasi berasal dari pembuat keputusan tertinggi seperti Owner, sementara karyawan di Tomoro Coffee Cabang UNPAM berperan sebagai pelaksana, meskipun demikian, peran karyawan dalam proses penyesuaian dan pembaruan organisasi sangat penting untuk kemajuan organisasi, dimana ini membutuhkan komunikasi dan interaksi aktif baik secara langsung maupun melalui media sebagaimana yang telah disampaikan pada wawancara.

Selanjutnya kohesivitas menurut Hawes (dalam Ruliana, 2014:65) adalah perilaku komunikatif yang terpolakan artinya perilaku komunikatif tidak terjadi dalam suatu jaringan hubungan, tetapi merupakan jaringan itu sendiri atau dalam arti lain, perilaku komunikatif adalah organisasi itu sendiri. Keempat keterkaitan penting dari teori sistem untuk menganalisis komunikasi organisasi yang terkait dengan kohesivitas adalah saling ketergantungan, keterbukaan, saluran internal dan eksternal dari komunikasi organisasi, dan penyesuaian dan pembaruan organisasi. Dimana keempat keterkaitan ini dialami juga oleh organisasi Tomoro Coffee Cabang UNPAM serta karyawan-karyawannya, walaupun memang tidak semua aspek dari teori sistem tersebut berjalan sesuai sebagaimana seharusnya, seperti contohnya pada poin keterbukaan dapat dikatakan walaupun masing-masing karyawan menyadari bahwa komunikasi dengan keterbukaan sangat penting, bagi peningkatan kekompakan atau kohesivitas, serta pencapaian target organisasi, namun pada praktiknya karyawan terkadang merasa standar komunikasi keterbukaan antara satu dengan lainnya berbeda, seperti narasumber Ariq yang merasa bahwa komunikasi yang efektif dan terbuka itu akan lebih baik jika dilakukan secara langsung, tatap muka, bukan hanya melalui obrolan Whatsapp dan telepon.

Peran komunikasi organisasi baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui media tertentu tentu sangat penting untuk meningkatkan kekompakan atau kohesivitas karyawan, dimana dalam hal ini peran komunikasi adalah untuk mencapai hubungan yang saling menguntungkan dalam pekerjaan yaitu seperti saling membantu dan saling berkoordinasi atau dapat dikatakan sebagai upaya

pemenuhan ketergantungan. Selain itu, peran komunikasi juga sebagai upaya penyampaian pesan secara terbuka untuk mencapai tujuan tertentu seperti misalnya pada Tomoro Coffee Cabang UNPAM yaitu pendelegasian tugas, penyampaian kebijakan, hingga evaluasi baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui Whatsapp *group chat*. Kemudian peran komunikasi juga sebagai upaya pemberian pengaruh pada pihak internal dan eksternal serta penyaring pengaruh dari pihak internal dan pihak eksternal organisasi, dengan adanya saling memberi pengaruh antara pihak internal dan eksternal organisasi, kohesivitas karyawan organisasi juga diuji dan bisa menjadi bentuk tantangan komunikasi tersendiri dimana dalam hal ini hubungan antar karyawan di dalam organisasi serta hubungan karyawan dengan pihak eksternal organisasi seperti *vendor* dan *customer* diuji. Yang terakhir adalah peran komunikasi organisasi sebagai penyesuaian dan pembaruan organisasi dimana dengan komunikasi, karyawan diuji untuk melakukan penyesuaian dan pembaruan organisasi.

KESIMPULAN

Tomoro Coffee Cabang UNPAM merupakan salah satu cabang kedai kopi Tomoro Coffee yang cukup ramai, karena tertetak di sebuah kampus di Tangerang Selatan, dimana hal ini menjadi tantangan bagi karyawannya untuk memberikan pelayanan yang terbaik, salah satunya adalah dengan berkomunikasi dan meningkatkan kohesivitas demi mencapai tujuan bersama.

Peran komunikasi organisasi Tomoro Coffee Cabang UNPAM sebagai upaya pemenuhan saling ketergantungan antar karyawan yang berbentuk tim. Kemudian peran komunikasi organisasi juga sebagai upaya penyampaian pesan secara terbuka untuk mencapai tujuan tertentu yaitu pendelegasian tugas, penyampaian kebijakan, hingga evaluasi baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui Whatsapp *group chat*. Kemudian peran komunikasi juga sebagai upaya pemberian pengaruh pada pihak internal dan eksternal serta penyaring pengaruh dari pihak internal dan pihak eksternal organisasi, dengan adanya saling memberi pengaruh antara pihak internal dan eksternal organisasi, kohesivitas karyawan organisasi juga diuji dan bisa menjadi bentuk tantangan komunikasi tersendiri. Yang terakhir adalah peran komunikasi organisasi sebagai penyesuaian dan pembaruan organisasi dimana dengan komunikasi, karyawan diuji untuk melakukan penyesuaian dan pembaruan organisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan dan penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan

memberikan data yang sangat berharga, serta kepada pihak manajemen Tomoro Coffee Cabang UNPAM Viktor yang telah memberikan izin dan fasilitas selama kegiatan penelitian berlangsung. Saya juga berterima kasih kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan sejawat atas saran, kritik, dan masukan yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal baik dan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2014). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baron, Robert A, dan Byrne (2005). *Psikologi Sosial Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- Berg, Robert C, Garry L. Landreth, dan Kevin A. Fall. (2017). *Group Counseling: Concept and Procedures*. New York: Routledge.
- Dr. Arni Muhammad. (2015). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dr. Faturachman MA. (2009). *Pengantar Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Pinus.
- Forsyth, Donelson R. (2010). *Group Dynamics: Fifth Edition*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Hardjana, Andre. (2021). *Komunikasi Organisasi: Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hermaini dkk. (2016). *Psikologi Kelompok*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Julius, Nwizia Tordumbari, dan Okachi-Okereke C. Gloria. 2020. *Group Cohesiveness and Organizational Effectiveness In The Telecommunication Sector, Rivers State*. International Journal of Advanced Academic Research Social and Manajement Sciences Vol. 6, Issue 3, p. 31-39. diakses di <https://www.ijaar.org/articles/v6n3/sms/ijaar-sms-v6n2-feb20-p18.pdf> pada 15 September 2024.
- Katuuk, Oktaviani Margareta, Nourma Mewengkang, dan Edmon R. Kalesaran. 2016. *Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica*. E-Jurnal Acta Diurna Vol. 5, No. 5, p. 1-10. diakses di <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/13546/13132> pada 15 September 2024.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusrini, Maria Yuliana. (2023). *Tomoro Coffee Sajikan Kopi Kualitas Terbaik yang Berteknologi Tinggi*. Diakses dari <https://www.yukmakan.com/post/tomoro-coffee-sajikan-kopi-kualitas-terbaik-yang-berteknologi-tinggi#:~:text=Tomoro%20Coffee%20merupakan%20salah%20satu,biji%20kopi%20arabika%20berkualitas%20terbaik>. pada 15 September 2024.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Morissan. (2024). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pace, R. Wayne, dan Don F. Faules. (2018). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence*. Jakarta : PT Gramedia.
- Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus Edisi*

Kedua. Depok: Rajawali Press.

- Siregar, Fauzan Ahmad, dan Lailatul Usriyah. 2021. *Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik*. Jurnal Pendidikan dan Kependidikan Vol. 5, No. 1, p. 163-174. diakses di <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/idarah/article/view/147> pada 15 September 2024.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi: Prinsip Komunikasi Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwatno. (2019). *Komunikasi Organisasi Kontemporer*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.