

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI ANTAR KARYAWAN DI PT. KAHATEX GARMENT SOLOKAN JERUK

Syanti Wulan Sari¹, Yogie Alontari²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki
No.179 A Bandung, ¹syantiws63@gmail.com, ²yogiealontari@iwu.ac.id

ABSTRACT

Organizational communication patterns are very important in an organization, in an organization there are also several problems in communicating repeatedly such as continuous misunderstanding and unstructured messages. As an organization, of course, the company needs to create a pleasant and effective atmosphere for employees so that a good environment and cooperation between fellow employees can be created. Leadership in the organization will run well through the role of communication that connects and unites all employees into a mechanism of cooperation that is able to create interactions between leaders and subordinates. This study aims to determine the communication patterns that occur at PT kahatex garment solokan jeruk and what are the supporting and inhibiting factors. The method used in this research is a qualitative research method using a phenomenological approach. The data collection technique used is interview technique with several informants based on purposive sampling technique. The results of this study indicate that the communication patterns that occur at PT Kahatex garment solokan jeruk are star communication patterns (all channels) and Y communication patterns, one of the supporting factors for the creation of communication patterns is good interpersonal relationships or between employees, the inhibiting factor is that the communication delivered is less structured so that the message conveyed by the leader is long received by employees.

Keywords: *Communication Patterns, PT Kahatex Garment, Phenomenology*

ABSTRAK

Pola Komunikasi organisasi sangat penting dalam sebuah organisasi, pada sebuah organisasi terdapat juga beberapa masalah dalam berkomunikasi secara berulang ulang seperti kesalah pahaman terus menerus dan pesan yang tidak struktural. Sebagai sebuah organisasi tentunya perusahaan perlu menciptakan suasana yang menyenangkan dan efektif pada karyawan sehingga dapat tercipta lingkungan yang baik dan kerja sama antar

sesama karyawan. Kepemimpinan dalam organisasi akan berjalan dengan baik melalui peran komunikasi yang menghubungkan dan menyatukan semua karyawan kedalam mekanisme kerja sama yang mampu menciptakan interaksi diantara pemimpin dan bawahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi PT kahatex garment solokan jeruk dan apa saja faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah teknik wawancara dengan beberapa informan berdasarkan teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terjadi di PT Kahatex garment solokan jeruk adalah pola komunikasi bintang (semua saluran) dan pola komunikasi Y, salah satu faktor pendukung terciptanya pola komunikasi ialah hubungan baik antar personal atau antar karyawan, faktor penghambat nya ialah komunikasi yang disampaikan kurang terstruktur sehingga pesan yang disampaikan oleh pemimpin lama diterima oleh para karyawan.

Kata kunci : Pola Komunikasi, PT Kahatex Garment, Fenomenologi

PENDAHULUAN

Dalam panggung industri garmen global, PT Kahatex Garment Solokan Jeruk menempati peran yang signifikan sebagai entitas yang berkembang dengan pesat dan menjadi pemain utama dalam produksi pakaian. Terletak di Jl.Rancaekek-Majalaya No.389 Ds.Solokan Jeruk, perusahaan ini telah menjalani perjalanan gemilang dengan menghadapi dinamika pasar internasional. Ekspansi yang pesat diindikasikan oleh keberadaan cabang terbaru, Solokan Jeruk III, yang bukan hanya mencerminkan ekspansinya secara lokal tetapi juga dalam konteks pasar global yang semakin kompleks.

Meskipun sukses meraih kemitraan dengan merek-merek ternama seperti H&M, Adidas, S.Oliver, Stadium, dan New Balance, PT Kahatex Garment Solokan Jeruk tidak luput dari tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang sedang berkembang pesat. Salah satu fokus utama adalah pada pola komunikasi organisasi yang mendukung keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan di tengah dinamika industri yang cepat berubah. Dengan proses produksi yang melibatkan sejumlah besar tenaga kerja, PT Kahatex memiliki struktur organisasi yang terdiversifikasi dengan departemen-departemen kunci seperti Gudang Kain, Cutting, Gudang Stok, Sewing, dan Packing.

Pemimpin di setiap departemen, dari kepala regu hingga staf dan operator, membentuk bagian integral dalam menjaga kelancaran operasional dan produksi yang efisien.

Cabang terbaru, Solokan Jeruk III, yang baru berdiri selama sekitar 5 tahun, menambah kompleksitas pada struktur organisasi yang sudah ada. Meskipun menjadi langkah positif dalam pertumbuhan perusahaan, keberadaannya membawa tantangan baru, terutama dalam aspek pola komunikasi organisasi. Permasalahan seperti kurangnya sosialisasi informasi kepada seluruh karyawan, ketidakjelasan pesan dari pimpinan, dan kebutuhan akan pengembangan sistem perusahaan yang lebih baik menjadi fokus utama yang memerlukan solusi strategis.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut fenomena pola komunikasi organisasi antar karyawan di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk. Pemahaman mendalam tentang dinamika pertumbuhan perusahaan, khususnya dalam konteks industri garmen yang berubah dengan cepat, menjadi esensial. Faktor-faktor pendukung dan hambatan utama yang memengaruhi efektivitas komunikasi organisasi akan dianalisis secara cermat, dengan tujuan menghasilkan solusi yang dapat meningkatkan kinerja dan hubungan di antara seluruh elemen organisasi. Penelitian ini tidak hanya mencoba merinci kompleksitas permasalahan, tetapi juga mendorong pemikiran strategis untuk menghadapi dan memecahkan tantangan dalam pola komunikasi organisasi di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk. Melalui upaya ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan komunikasi organisasinya dan mengukuhkan posisinya sebagai pemain utama dalam industri garmen global.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut *R Wayne Pace* dan *Doni F.Faules* yang dialih bahasakan oleh *Mulyana* (2001) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi. Unit dasar dalam komunikasi organisasi ialah dalam suatu jabatan. Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi dalam kepentingan organisasi. Sedangkan organisasi ialah kegiatan – kegiatan sejumlah orang yang berkoordinasi kearah pencapaian tujuan Bersama, yang merupakan kekuatan sosial khas dari masyarakat industry pasca industry (*Andre Hardjana : 2016*).

Teori Informasi Organisasi yang dikembangkan oleh *Karl Weick* menekankan bahwa organisasi bukan hanya struktur posisi dan peran, melainkan proses komunikasi yang kontinu. Teori ini menyoroti bagaimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan (Morissan, 2009). Proses ini melibatkan tiga tahap: *enactment* (interpretasi informasi), *selection* (pemilihan metode untuk mendapatkan informasi), dan *retention* (ingatan kolektif untuk mencapai tujuan). Dengan fokus pada proses komunikasi, teori ini menggambarkan bagaimana anggota organisasi saling berinteraksi untuk mengorganisasi dan memahami lingkungan mereka. Inti dari teori ini adalah bahwa organisasi memproses informasi untuk mengurangi ketidakjelasan dan mencapai tujuan mereka (West & Tunner, 2009).

Selanjutnya Pola komunikasi adalah suatu model atau pedoman dalam proses penyampaian pesan, yang dapat diidentifikasi melalui pola dasar yang terlihat atau dapat ditunjukkan. Menurut *Colin English Dictionary*, pola bisa berupa susunan unsur, cara sesuatu terjadi, desain atau kerangka, atau menjadi model untuk yang lain. Dalam konteks komunikasi, pola komunikasi menggambarkan model proses komunikasi dengan berbagai struktur seperti roda, rantai, Y, lingkaran, dan bintang (Gunawan: 2006).

Pola komunikasi memiliki dampak signifikan dalam aktivitas organisasi atau perusahaan, dipengaruhi oleh tujuan, gaya kepemimpinan, dan budaya perusahaan. Studi terhadap pola komunikasi membantu menemukan cara terbaik untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan. Ada lima pola komunikasi utama: roda, rantai, Y, lingkaran, dan bintang. Masing-masing pola memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda. Kemudian, pola komunikasi dibagi menjadi tiga jenis: primer, sekunder, dan linear. Pola komunikasi primer melibatkan penggunaan simbol, baik verbal maupun nonverbal, untuk menyampaikan pesan. Pola komunikasi sekunder melibatkan penggunaan media atau alat sebagai media kedua setelah lambang. Sementara itu, pola komunikasi linear melibatkan penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan sebagai titik terminal.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami makna

dari pengalaman individu terkait dengan pola komunikasi karyawan untuk meningkatkan kerja sama di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk.

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivis, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial yang bersifat relatif. Paradigma ini menekankan pada pemahaman yang bersifat subjektif dan interpretatif terhadap realitas. Dalam konteks ini, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada fenomenologi. Paradigma konstruktivis menganggap bahwa identitas suatu objek terbentuk melalui bahasa yang digunakan untuk menggambarkaninya, serta cara kelompok sosial menyesuaikan diri dengan pengalaman umum. Penelitian ini memandang setiap pandangan individu sebagai valid, mendorong penghargaan terhadap berbagai perspektif.

Teknik pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara non-partisipan untuk mendapatkan pemahaman tentang situasi secara langsung. Wawancara mendalam dilakukan dengan enam informan yang dipilih secara purposive, dengan kriteria seperti perempuan, usia di atas 20 tahun, dan masa kerja minimal 2 tahun. Data sekunder juga diambil melalui dokumentasi untuk melengkapi informasi. Proses analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi deskripsi, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan melalui *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*, memastikan bahwa hasil penelitian dapat diandalkan dan relevan dengan konteksnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Hasil Pengamatan

1. Pola Komunikasi di PT Kahatex Garment: Meningkatkan Kerja Sama Karyawan

Pola komunikasi saat ini di PT Kahatex umumnya mengikuti pendekatan dari atas ke bawah dan sebaliknya, di mana komunikasi mengalir dari atasan ke bawahan dan sebaliknya. Namun, tidak semua karyawan merasa nyaman berkomunikasi langsung dengan pimpinan, seringkali melibatkan perantara.

Sebagai contoh, operator mungkin menyampaikan keluhan kepada pemimpin mereka terlebih dahulu sebelum ke staff dan kepala bagian.

Dalam beberapa kasus, rasa takut untuk berkomunikasi secara langsung dengan manajemen tinggi muncul karena sifat yang dianggap galak dari kepala bagian. Hal ini terlihat pada situasi di departemen tertentu, di mana operator tidak berani mengungkapkan kesalahan kepada kepala bagian secara langsung, melainkan melalui pemimpin terlebih dahulu. Hal ini terjadi karena kepala bagian dianggap memiliki sifat yang menakutkan, meskipun pada akhirnya operator yang melakukan kesalahan akan ditegur oleh kepala bagian.

Banyak karyawan cenderung enggan berkomunikasi langsung dengan kepala bagian, terutama saat izin tidak masuk. Mereka sering tidak memberitahukan kepada staf, pemimpin, atau kepala bagian karena takut tidak mendapatkan izin libur. Meskipun pada akhirnya, jika mereka tidak masuk pada hari berikutnya, mereka akan mendapatkan teguran karena tidak memberi tahu kepada kepala bagian, staf, atau pemimpin masing-masing. Situasi seperti ini terjadi secara berulang.

Jika terjadi konflik antar operator atau antar departemen, beberapa karyawan cenderung mencoret-coret tembok sebagai bentuk keluhan atau kritik, meskipun perusahaan telah menyediakan kotak saran untuk menulis keluhan. Namun, alasan tertentu membuat karyawan lebih memilih mencoret-coret tembok daripada menulis di kotak saran. Sindiran dari kepala saat membahas kotak saran dalam pertemuan membuat operator enggan menulis di sana, meskipun kotak saran akan diaudit setiap hari Senin.

2. Faktor Pendukung Terciptanya Pola Komunikasi

Setelah beberapa bulan pengamatan, terlihat bahwa hubungan personal yang baik antar karyawan menjadi faktor penting dalam terciptanya pola komunikasi yang efektif. Departemen yang menciptakan suasana menyenangkan dan minim konflik pribadi atau asmara cenderung memiliki pola komunikasi yang lebih baik. Sebagai contoh, di departemen tertentu, konflik pribadi dibawa ke area kerja, menghambat aktivitas, dan memicu tindakan disipliner.

Selain itu, media komunikasi modern seperti platform online turut mendukung terciptanya pola komunikasi yang efisien. Dengan teknologi saat ini, berbagai platform memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan mudah, mendukung interaksi antar karyawan.

3. Faktor Penghambat Terciptanya Pola Komunikasi

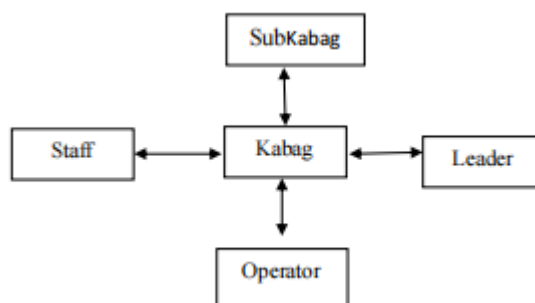
Beberapa faktor yang menjadi penghambat terciptanya pola komunikasi yang efektif termasuk lambatnya penyebaran informasi terstruktur. Pesan dari manajemen seringkali memerlukan waktu untuk sampai ke seluruh departemen, mengakibatkan kurangnya pemahaman terhadap aturan atau informasi baru. Kesalahan interpretasi pesan juga menjadi masalah, terutama saat anggota tim tidak memahami dengan jelas isi pesan yang disampaikan.

B. Hasil Pengamatan Bentuk Pola Komunikasi

Bagian ini membahas lebih lanjut bentuk-bentuk pola komunikasi yang teramati di PT Kahatex Garment.

1. Pola Roda

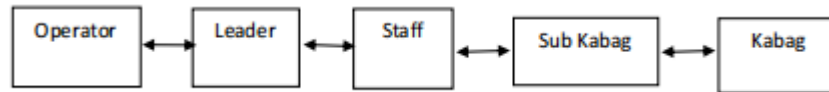
Pola komunikasi roda dianggap sebagai pola terbaik, dengan fokus pada seorang pemimpin yang dapat berkomunikasi dengan seluruh anggota kelompok. Meskipun efisien, pola ini memiliki kelemahan, di mana anggota kelompok hanya dapat berkomunikasi dengan pemimpin mereka.



Bagan 1 Pola Roda

2. Pola Rantai

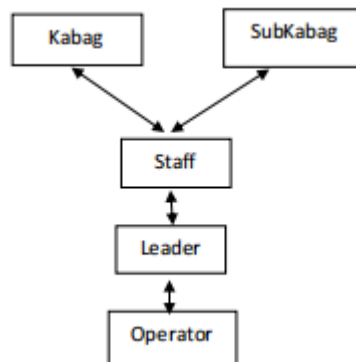
Pola komunikasi rantai memiliki persamaan dengan pola lingkaran, namun dengan pemimpin yang lebih terfokus. Anggota kelompok dapat berkomunikasi dengan anggota di sebelahnya, membentuk rantai.



Bagan 2 Pola Rantai

3. Pola Y

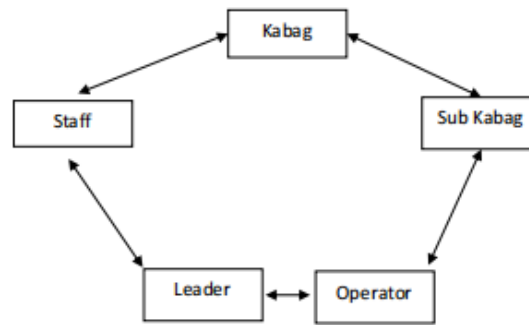
Pola komunikasi Y relatif rumit dengan tiga anggota yang dapat berkomunikasi satu sama lain, namun dua anggota lainnya hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang.



Bagan 3 Pola Y

4. Pola Lingkaran

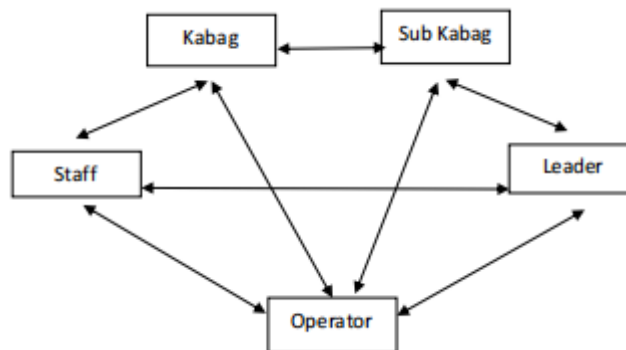
Pola lingkaran memiliki komunikasi antar anggota kelompok tanpa adanya pemimpin yang jelas. Semua anggota memiliki peran yang sama dan memiliki kekuatan yang setara.



Bagan 4 Pola Lingkaran

5. Pola Bintang (Semua Saluran)

Pola ini memungkinkan semua anggota berkomunikasi dengan semua anggota lainnya tanpa ada pemimpin. Setiap anggota memiliki peran yang setara.



Bagan 5 Pola Bintang

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi di PT Kahatex Garment dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti hubungan personal, media komunikasi, dan struktur organisasi. Terdapat pola komunikasi yang efektif dan efisien, seperti pola roda, namun juga beberapa kendala yang perlu diatasi, seperti lambatnya penyebaran informasi terstruktur. Pentingnya menciptakan hubungan personal yang baik dan memanfaatkan media komunikasi modern menjadi poin penting dalam meningkatkan pola komunikasi di perusahaan ini. Adanya pemahaman terhadap bentuk-bentuk pola komunikasi memberikan wawasan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam meningkatkan kerja sama antar karyawan.

Pembahasan

A. Sudut Pandang atau Hasil Pengamatan Sendiri

Setelah beberapa hari melakukan pengamatan di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk, terungkap bahwa pola komunikasi di perusahaan ini dapat diidentifikasi melalui bentuk Pola Y dan Pola Lingkaran.

1. Pola Y di PT Kahatex Garment

Dalam menjalankan aktivitas produksi, PT Kahatex Garment memiliki beberapa departemen dengan peran yang berbeda-beda, mulai dari kepala bagian, staff, kepala regu, hingga operator. Model ini menampilkan pemimpin yang jelas, namun anggota lainnya juga memiliki peran yang signifikan. Pesan dapat dikirim dan diteruskan oleh dua anggota tertentu, sedangkan anggota ketiga hanya dapat menyampaikan pesan ke satu orang.

Proses komunikasi terkait pengambilan keputusan dan kebijakan dilakukan melalui rapat koordinasi, yang melibatkan seluruh pimpinan daerah. Rapat ini berfungsi sebagai platform untuk menyampaikan pesan terkait perubahan proses produksi atau aturan baru sebelum produksi dimulai.

Dalam Pola Y, kepala bagian berperan sebagai pusat komunikasi, dan sub kepala bagian bertindak sebagai perantara (gatekeeper) untuk menyampaikan pesan kepala bagian kepada karyawan lainnya. Proses ini menciptakan aliran komunikasi yang berurutan. Kelebihan Pola Y terletak pada efektivitas aktivitas kerja, di mana pekerja dapat melanjutkan tugas mereka tanpa terganggu oleh rapat, karena sudah ada perwakilan yang hadir. Namun, kelemahannya adalah pusat komunikasi tidak dapat berinteraksi langsung dengan seluruh individu.

2. Pola Bintang (Semua Saluran) di PT Kahatex Garment

Pola komunikasi bintang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan individu lainnya di semua tingkatan. Pimpinan dapat menyampaikan gagasan, dan rapat diadakan untuk menerjemahkan gagasan tersebut menjadi rincian. Dalam pola ini, setiap individu dapat berkomunikasi dengan individu lainnya tanpa perantara.

Media komunikasi yang digunakan melibatkan perangkat seperti handphone dengan aplikasi WhatsApp, telepon umum, dan laptop dengan aplikasi Gmail. WhatsApp digunakan untuk berkomunikasi dengan leader atau staff dari departemen yang berbeda.

3. Faktor Pendukung Terciptanya Pola Komunikasi

Beberapa faktor pendukung terciptanya pola komunikasi di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk mencakup hubungan personal yang baik dan media komunikasi modern.

- a. Hubungan Personal: Hubungan baik antar personal menjadi landasan utama pola komunikasi yang efektif. Hubungan kekeluargaan dan suasana yang menyenangkan menciptakan kerja sama yang optimal di antara karyawan.
- b. Media Komunikasi Modern: Penggunaan media komunikasi modern, seperti WhatsApp, telepon umum, dan email, mendukung efisiensi dalam menyampaikan informasi dan berkomunikasi secara cepat di seluruh departemen.

4. Faktor Penghambat Terciptanya Pola Komunikasi

Namun, ada faktor-faktor yang dapat menghambat terciptanya pola komunikasi yang efisien di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk.

- a. Pesan yang Bersifat Terstruktur Bersifat Lama Tersampaikan: Proses komunikasi yang melewati beberapa perantara seperti staff dan leader dapat membuat pesan membutuhkan waktu lama untuk sampai ke tujuannya. Hal ini terutama terjadi ketika kepala bagian tidak berada di lapangan.
- b. Kesalahan dalam Interpretasi Pesan: Komunikasi melalui perantara juga dapat menyebabkan kesalahan dalam pemahaman pesan. Persamaan persepsi antara staff, kepala bagian, dan leader menjadi krusial untuk memastikan pemahaman yang sama terkait pesan yang disampaikan.

B. Wawancara

Berdasarkan wawancara dengan para narasumber di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk, terlihat bahwa pola komunikasi di perusahaan ini bersifat formal dan nonformal,

melibatkan semua tingkatan dalam hierarki organisasi. Menurut Risa dan Nadias, komunikasi berjalan dari atasan ke bawahan, sebaliknya, serta antar operator. Adapun fasilitas yang menunjang komunikasi, terdapat perbedaan pendapat; Gita dan Dini melihat handphone dan WhatsApp sebagai sarana komunikasi penting, sementara Nadias dan Risa lebih mengandalkan computer dan email.

Terkait hambatan, kesalahpahaman dalam menerima pesan merupakan tantangan utama. Meskipun telah diupayakan untuk meminimalkan kesalahan ini, namun masih sering terjadi. Kesamaan pandangan muncul dalam pemahaman bahwa lingkungan kerja yang nyaman dan relasi positif antarkaryawan menjadi faktor pendukung terciptanya pola komunikasi yang efektif. Para karyawan menginginkan kebebasan berkomunikasi dan ekspresi pendapat kepada atasan untuk memaksimalkan kinerja dan meningkatkan efisiensi di perusahaan ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pola komunikasi organisasi di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk, dapat disimpulkan bahwa komunikasi di perusahaan ini melibatkan berbagai tingkatan secara formal dan nonformal. Pola komunikasi seperti Pola Y dan Pola Bintang (Semua Saluran) mencerminkan kompleksitas interaksi antar karyawan. Faktor pendukung, seperti hubungan personal yang baik dan penggunaan media komunikasi modern, menjadi kunci efektivitas komunikasi. Namun, terdapat hambatan seperti pesan yang memerlukan waktu lama untuk disampaikan dan risiko kesalahan interpretasi.

Dari hasil pengamatan dan wawancara, ditemukan bahwa lingkungan kerja yang nyaman dan relasi positif antar karyawan menjadi faktor pendukung utama. Karyawan menginginkan kebebasan berkomunikasi dan ekspresi pendapat kepada atasan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi organisasi. Oleh karena itu, saran strategis untuk perusahaan adalah meningkatkan suasana kerja yang mendukung, memberikan pelatihan komunikasi kepada para pemimpin, dan memanfaatkan teknologi komunikasi modern dengan lebih optimal.

Dengan demikian, langkah-langkah tersebut diharapkan dapat mengoptimalkan pola komunikasi organisasi di PT Kahatex Garment Solokan Jeruk. Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung komunikasi terbuka dapat meningkatkan kinerja dan hubungan antar karyawan. Selain itu, pemanfaatan teknologi komunikasi modern seperti WhatsApp dan email perlu ditingkatkan untuk mempercepat penyebaran informasi. Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan PT Kahatex Garment Solokan Jeruk dapat memperkuat posisinya sebagai pemain utama dalam industri garmen global.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, L. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Rajawali Pers.
- Aprini, Ita. (2014). *Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Staff PT.PP Londonn Sumatra Indonesia Tbk Palangsiang Estate di Desa Tamatto Kecamatan Ujung Loe Kabupaten Bulukumba*. URL: [komunikasi](https://pakarkomunikasi.com/komunikasi)
- Brahmasari, I. A., & Siregar, P. (2009). *Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Situasional dan Pola Komunikasi terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT. Central Proteinprima Tbk*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 7(1), hal 238-250.
- Dedi, M. (2009). *Komunikasi Organisasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Giovanni, J, & Suprianingsih, S. H. (2020). *Analisis Pola Komunikasi Dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan (Studi pada Koperasi Unit Desa Bale Yotro)*.
- Goncalves, S. F. S. (2019). *Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Gajayana TV*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), Vol 8(1), hal 150-157.
- Gunawan Wiradi (2017) *Teori Organisasi Dan Kepemimpinan*. Bogor : Sargoyo Institute
- Hambali, H., & Rahmadini, M. (2018). *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*. Jurnal Studi Sosial Dan Politik, Vol 2(2), hal 96-10
- Hardjana, A. (2016). *Komunikasi Organisasi : Startegi Dan Kompetensi*. Jakarta: PT Kompas Media.
- Hasibuan. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Perkasa.
- Hasibuan, M. S. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Perkasa.
- Huda, M., Saputra, V. D., & Ningtyas, V. A. (2021). *Pola Komunikasi PT Apparel One Indonesia Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Masa Pandemi Covid-19*. Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 1(2), 127- 140.

- Irvianti, L. S. D., & Chandranegara, K. (2010). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Manajer, Pola Komunikasi Dalam Organisasi, Dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan*. The Winners, Vol 11(2), hal 95-104.
- Kamal, A. (2014). *Pola Komunikasi Organisasi* forum komunikasi pemuda Indonesia
- Kusuma, L. P., & Sutanto, J. E. (2018). *Peranan Kerjasama Tim Dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Zolid Agung Perkasa*. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, Vol 3(4), hal 417-424.
- Nurdin, Ali. (2014). *Komunikasi Kelompok Dan Organisasi*. 1 ed. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Olivia, H., & Setyawan, T. (2020). *Pola Komunikasi Melalui Media Whatsapp Sebagai Sumber Informasi Karyawan Bagian Operasional Di Pt. Artisan Wahyu*. Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), vol 7(2), hal 105- 144.
- Onong Uchana MA, E. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. Bandung: Remaja Karya.
- Putra, M. A., & Ghofur, M. A. (2018). *Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (Pmii) Di Kota Malang*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, vol 7 hal (2).
- Rahman, M. A., & Prasetya, A. (2018). *Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol 63(1), Hal 82-89.