**POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DAN OPTIMALISASI DALAM PERUSAHAAN DAPUR FILM JOGJA**

Irfan Musyaffa’

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[irmusyaffa@gmail.com](mailto:irmusyaffa@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian deksriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pola komunikasi di Dapur Film Jogja serta menganalisis upaya optimalisasi pola komunikasinya. Narasumber pada penelitian ini adalah karyawan Dapur Film Jogja. Pengambilan data dilakukan melalui proses wawancara terarah *(guided interview)* dan observasi partisipan *(participant observation)*. Analisis data penelitian menggunakan teknik triangulasi data yaitu; reduksi data *(data reduction),* Penyajian data *(data display),* dan Penarikan kesimpulan *(conclusion drawing/verification).* Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa pola komunikasi di Dapur Film Jogja menggunakan pola komunikasi yang terbuka. Karyawan dan pimpinan dapat membahas berbagai hal mengenai pekerjaan seperti; bertukar pikiran, memberi kritik dan saran serta membahas kendala atau hambatan yang dihadapi selama bekerja. Komunikasi vertikal dan horizontal yang diterapkan juga bersifat terbuka sehingga setiap orang yang terlibat di Dapur Film Jogja dapat menerima dan memberikan informasi dengan mudah dengan media komunikasi yang digunakan yaitu aplikasi WhatsApp.

Kata kunci: Komunikasi Organisasi, Rumah Produksi, Dapur Film Jogja

***ABSTRACT***

*This research is a qualitative descriptive research that aims to determine the strengths and weaknesses of the communication patterns in Dapur Film Jogja and to analyze efforts to optimize the communication patterns. The informants in this study were Dapur Film Jogja employees. Data collection was carried out through a process of guided interviews and participant observation. Analysis of research data using data triangulation techniques, namely; data reduction (data reduction), data presentation (data display), and conclusion drawing/verification. Based on the results of the analysis, it is known that the communication pattern in the Dapur Film Jogja uses an open communication pattern. Employees and leaders can discuss various matters regarding work such as; exchange ideas, give criticism and suggestions and discuss the obstacles or obstacles encountered during work. The vertical and horizontal communication that is implemented is also open so that everyone involved in the Dapur Film Jogja can receive and provide information easily with the communication medium used, namely the WhatsApp application.*

*Key words:**Organizational Communication, Production House,* Dapur Film Jogja

**Pendahuluan**

Komunikasi merupakan hal yang penting bagi manusia. Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dengan manusia lain baik itu antar individu maupun kelompok. Bagi manusia, komunikasi dibutuhkan untuk pertukaran informasi, ide, pengetahuan, sikap atau perasaan antar individu atau lebih yang menggunakan tanda atau simbol yang ada[[1]](#footnote-1). Pentingnya komunikasi tidak hanya berlaku pada hubungan individu saja, komunikasi juga penting untuk berjalan secara baik pada sebuah kelompok yang dapat menunjang terwujudnya keinginan yang perlu dicapai bersama-sama. Maka, komunikasi merupakan hal yang tidak bisa terhindarkan atau terabaikan. Salah satu bentuk komunikasi dalam sebuah kelompok adalah komunikasi organisasi. Komunikasi adalah suatu proses tukar menukar informasi dan transmisi dari suatu arti, dan semuanya itu merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam suatu organisasi[[2]](#footnote-2).

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang membutuhkan sebuah tujuan di dalamnya. Perusahaan memiliki suatu tujuan yang hanya dapat dicapai secara bersama dengan hubungan-hubungan yang ada di dalam dan di luar perusahaan tersebut. Hal ini membuat perusahaan membutuhkan pola komunikasi yang tepat di dalam usahanya membangun sebuah relasi, baik internal maupun eksternal[[3]](#footnote-3). Perusahaan yang baik seharusnya memiliki pola komunikasi organisasi di dalam pembentukannya demi mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang komplek. Arti kompleks dalam hal ini adalah mencakup hubungan antara manusia diantaranya hubungan atasan terhadap bawahan atau sebaliknya, penggunaan media dalam penyampaian pesan, keterampilan dalam berkomunikasi antar sesama seluruh lapisan organisasi [[4]](#footnote-4).

Peneliti dalam penelitian ini memilih untuk melakukan penelitian terhadap sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif. Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut[[5]](#footnote-5). Terdapat berbagai macam tipe perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi film. Rumah produksi film merupakan perusahaan yang memproduksi film, baik itu film untuk bioskop, film pendek, feature film, dan sebagainya.

Yogyakarta memiliki banyak perusahaan yang bergerak di bidang produksi film, beberapa diantaranya yang sudah dikenal khalayak umum adalah X-Code Films, Fourcolours Films, Hompimpa, Ravacana Films dan Dapur Film. Dapur Film Jogja cukup terkenal di kalangan sineas perfilman Indonesia, karena Dapur Film Jogja didirikan oleh Hanung Bramantyo yang merupakan sutradara, produser, penulis skenario dan juga aktor terkenal di Indonesia. Dapur Film berdiri sejak tahun 2003 yang berbasis di Jakarta dan pada tahun 2021 didirikan kantor produksi di Yogyakarta. Dapur Film Jogja sebagai sebuah organisasi telah memproduksi banyak judul film nasional yang dianggap sebagai *box office* (film yang mendapatkan penghasilan atau keuntungan melebihi biaya produksi dalam waktu beberapa hari tayang atau dalam minggu pertama). Beberapa film hasil produksi Dapur Film yang laris di Indonesia adalah *Ayat-ayat Cinta*, *? (Tanda Tanya),* *Soekarno*, *Mekah I’m Coming* dan lain sebagainya.

Dapur Film Jogja memiliki keunikan tersendiri terkait organisasinya, yaitu pada struktur organisasi. Pemimpin sekaligus *founder* Dapur Film yaitu Hanung Bramantyo membawahi 5 divisi secara langsung yang terdiri dari: Finance, Accounting, Field Accounting, Head Production Office, Production Unit, Post Production Manager, Chief Creative Department, Chief Content Manager. Kemudian, tiap-tiap divisi tidak memiliki karyawan tetap di dalamnya, sehingga apabila dibutuhkan tenaga kerja tambahan untuk menyelesaikan project yang sedang berjalan, setiap karyawan diberikan kebebasan untuk melakukan rekrutasi guna menunjang kinerja mereka di Dapur Film. Keunikan ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana proses atau pola komunikasi yang diterapkan di Dapur Film terutama pada lingkup komunikasi internal. Sehingga peneliti mengangkat pembahasan penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi dan Optimalisasi dalam Perusahaan Dapur Film Jogja.”

**Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana pola komunikasi di Dapur Film Jogja? Apa kelebihan dan kekurangannya?

Upaya optimalisasi seperti apa yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan pola komunikasi di Dapur Film Jogja?

**Kerangka Teori**

Komunikasi antara orang-orang yang bekerja dalam suatu organisasi yakni antara manager dengan karyawan dan karyawan dengan karyawan secara timbal balik[[6]](#footnote-6). Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa komunikasi internal dapat dibagi menjadi dua dimensi yaitu:

Komunikasi Vertikal

Komunikasi dari atas ke bawah *(download communication)*, adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik *(two-way traffic communication)*. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan, dan lainlain kepada bawahannya. Bawahan memberikan laporan laporan, saran saran, pengaduan-pengaduan dan sebagainya kepada pimpinan.

Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut dalam organisasi sangat penting sekali karena jika hanya satu arah saja yaitu dari pimpinan ke bawahan, maka proses organisasinya sebagaimana yang diharapkan. Pimpinan perlu mengetahui laporan, tanggapan, gagasan atau saran daripada pegawai sebagai petunjuk yang efektif tidaknya dan efisien tidaknya kebijaksanaan yang telah dilakukan. Komunikasi vertical dapat dilakukan secra langsung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh pegawai.

Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antara anggota staf dengan anggota staf, karyawan sesama karyawan, dan sebagainya. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal[[7]](#footnote-7). Menurut Nathania (2014) komunikasi horisontal adalah Aliran komunikasi ini menunjukkan adanya pertukaran informasi ke samping, yaitu mengalir sesuai dengan prinsip fungsional diantara orang-orang yang sama didalam suatu organisasi[[8]](#footnote-8).

**Metode Kajian**

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data merupakan sebuah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasi data yang telah diperoleh oleh peneliti lewat teknik pengumpulan data yang ada. Triangulasi data dilakukan dengan cara mencocokkan data-data yang telah diperoleh dari berbagai metode pengumpulan data, sehingga data-data yang telah diperoleh dapat bersifat valid dan relevan. Triangulasi ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu *data reduction, data display*, dan *conclusion drawing/verification[[9]](#footnote-9)*

1. Reduksi Data

Tahapan dimana data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek tertentu.

1. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Sugiyono menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

1. Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif ialah penarikan kesimpulan. Kesimpulan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal, atau interaktif, hipotesis atau teori.

**Hasil Kajian**

Berdasarkan hasil temuan, proses komunikasi internal yang dilakukan oleh Dapur Film Jogja menerapkan pola komunikasi yang bisa dikatakan terbuka. Peneliti menyebut pola komunikasi yang terbuka karena semua pihak yang ada di organisasi dapat menyampaikan dan menerima informasi secara terbuka dan tidak ada aturan batasan yang diterapkan dalam proses komunikasinya. Terdapat sebuah grup WhatsApp yang berisi semua pihak yang ada di Dapur Film Jogja dan pertukaran informasi yang ada di Dapur Film Jogja selalu melalui grup tersebut.

Adanya grup yang berisi semua pihak, pertukaran informasi di grup tersebut dapat langsung tersampaikan ke semua pihak. Pola komunikasi yang terbuka menjadikan semua pihak dapat memberikan pendapatnya di dalam grup Whatsapp tersebut saat membahas apapun yang ada di grup, dengan begitu dapat memunculkan adanya kolaborasi di dalam organisasi. Seperti ketika ada salah satu pihak yang mempunyai masalah maka di grup tersebut akan mencari solusi dari masalah tersebut bersama-sama. Semua pihak dapat berpendapat di grup whatsapp tersebut, akan tetapi pengambil keputusan tetap pada atasan yaitu Hanung Bramantyo.

Dalam proses komunikasi antar karyawan maupun kepada atasan terdapat kekurangan yang peneliti temukan mengenai tidak adanya orang yang mengatur dan mencatat apa yang dibahas di grup Whatsapp Dapur Film Jogja, sehingga terkadang ada pekerjaan yang terlupakan. Misalnya, suatu hari atasan membahas bahwa ada revisi untuk projek A dan akan dibahas saat berkumpul di kantor Jogja, tetapi di esok harinya, dibuka pembahasan terkait projek B sehingga ketika berkumpul di kantor, pimpinan hanya membahas projek B yang menjadi pembahasan terakhir di grup.

Komunikasi vertikal adalah arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas berdasarkan struktur organisasi. Dalam prosesnya, komunikasi vertikal dapat berlangsung secara formal maupun informal. Penerapan arus komunikasi vertikal di Dapur Film Jogja berlangsung secara terbuka dan informal.

Sejalan dengan penjelasan pada bagian komunikasi internal di atas, komunikasi vertikal di Dapur Film Jogja menerapkan sistem keterbukaan yang serupa. Karyawan Dapur Film Jogja dapat dengan mudah mengakses komunikasi secara langsung pada pimpinan baik melalui grup WhatsApp ataupun melalui pesan pribadi kepada pimpinan namun menyesuaikan isi pesan yang akan dibahas. Isi pembahasan yang perlu disampaikan langsung ke pimpinan misalnya berupa hasil pengerjaan konten *video* yang membutuhkan ulasan secara pribadi dari pimpinan.

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang dilakukan kepada sesama rekan kerja yang berada pada jajaran yang sama berdasarkan struktur organisasi. Arus komunikasi horizontal di Dapur Film Jogja menerapkan keterbukaan yang serupa dengan bagaimana berjalannya komunikasi internal dan vertikal.

Karyawan Dapur Film Jogja dapat membuka pembicaraan atau diskusi secara bebas melalui pesan pribadi. Misalnya, *Chief Content Manager* perlu membahas langsung kepada *Chief Creative Department* mengenai ide dan konsep konten promosi sebuah project untuk dipublikasikan di sosial media, maka pembahasan tersebut dapat langsung dikomunikasikan kepada karyawan yang bersangkutan. Komunikasi horizontal di Dapur Film Jogja juga berlangsung secara terbuka dan informal.

Kelebihan dari penerapan pola komunikasi yang terbuka adalah seluruh karyawan yang tergabung dalam Dapur Film Jogja dapat menerima dan menyampaikan informasi secara mudah dan cepat melalui Grup WhatsApp. Para karyawan juga dapat saling bertukar pikiran, memberikan saran dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi terkait pekerjaan. Selain itu, pola komunikasi ini dapat membantu membangun koordinasi dan kolaborasi antar karyawan.

Adapun kekurangan dari pola komunikasi terbuka adalah proses komunikasi yang tidak tertata dan tercatat. Pembahasan yang tidak tertata dengan baik akan menyebabkan adanya pembahasan yang terlewat atau terlupa, Kemudian, pembahasan yang terlewat dapat memberikan dampak lain yaitu terhambatnya pekerjaan.

**Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada karyawan Dapur Film Jogja, diketahui bahwa Dapur Film Jogja menerapkan pola komunikasi yang terbuka secara keseluruhan baik komunikasi vertikal antara atasan dan bawahan maupun komunikasi horizontal sesama karyawan.

Adapun kelebihan dari penerapan pola komunikasi tersebut adalah setiap orang yang tergabung di Dapur Film Jogja dapat dengan mudah menyampaikan dan menerima informasi melalui media komunikasi yang digunakan yaitu grup WhatsApp. Komunikasi vertikal berlangsung terbuka dan informal, begitu pun dengan komunikasi horizontal.

Selain itu terdapat kekurangan dalam pola komunikasi yang sudah diterapkan oleh Dapur Film Jogja yaitu tidak adanya pengatur arus komunikasi di dalam grup yang digunakan, sehingga informasi yang ada di grup tersebut menjadi tidak tertata dengan baik. Informasi yang ada di grup WhatsApp tersebut bisa saja terlupakan yang mana pada kemudian hari saat akan dibahas kembali sudah membahas hal lain.

Upaya optimalisasi yang bisa dilakukan agar proses pertukaran informasi menjadi lebih efektif adalah dengan adanya pengatur arus informasi baik di dalam grup WhatsApp maupun informasi yang beredar secara langsung tatap muka.

**Saran**

Setelah melalui seluruh proses penelitian dan menganalisis data yang diambil di lapangan, peneliti mengajukan beberapa saran baik untuk perbaikan proses penelitian, hasil, maupun yang berkaitan dengan objek penelitian itu sendiri. Saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian

Mengacu pada hasil penelitian, peneliti berharap keterbukaan komunikasi yang sudah diterapkan dapat terus dipertahankan dengan catatan memilih seseorang untuk mengatur dan mencatat informasi atau pembahasan di dalam grup WhatsApp yang digunakan sehingga informasi atau pembahasan akan lebih tertata dengan baik.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Teruntuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan yang dilakukan setelah penelitian ini yang berhubungan dengan pola komunikasi organisasi pada industri kreatif.

**Daftar Pustaka**

Departemen Perdagangan Republik Indonesia, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014* (Jakarta : Departemen Perdagangan, 2009)

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994)

———, *Kamus Komunikasi* (Bandung : PT. Mandar Maju, 1989)

Liliweri, Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana, 2011)

Muhammad, Arni, ‘Komunikasi Organisasi’ (Jakarta : Departemen Pendidikandan Kebudayaan, 1989)

Nathania, ‘Hubungan Aliran Komunikasi Organisasi Dengan Kinerja Karyawan PT.Sarana Lubitama Semesta’, *Jurnal E-Komunikasi* , 2.3 (2014)

Purwandini, ‘Komunikasi Organisasi Pada Era Industri 4.0’, *Jurnal Komunikasi UNDIP*, 17 (2018)

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta CV, 2008)

1. Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana, 2011). [↑](#footnote-ref-1)
2. Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000). [↑](#footnote-ref-2)
3. Purwandini, ‘Komunikasi Organisasi Pada Era Industri 4.0’, *Jurnal Komunikasi UNDIP*, 17 (2018). [↑](#footnote-ref-3)
4. Arni Muhammad, ‘Komunikasi Organisasi’ (Jakarta : Departemen Pendidikandan Kebudayaan, 1989). [↑](#footnote-ref-4)
5. Departemen Perdagangan Republik Indonesia, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014* (Jakarta : Departemen Perdagangan, 2009). [↑](#footnote-ref-5)
6. Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi* (Bandung : PT. Mandar Maju, 1989). [↑](#footnote-ref-6)
7. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994). [↑](#footnote-ref-7)
8. Nathania, ‘Hubungan Aliran Komunikasi Organisasi Dengan Kinerja Karyawan PT.Sarana Lubitama Semesta’, *Jurnal E-Komunikasi* , 2.3 (2014). [↑](#footnote-ref-8)
9. Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta CV, 2008). [↑](#footnote-ref-9)