

Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Industri Alkohol Di Bekonang Sukoharjo (Studi Kasus Komunikasi Organisasi Kian Rejo)

Sinta Ayu Setianingrum¹, Joko Suryono²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Veteran Bangun Nusantara

Email: sintaay2002@gmail.com, jokowignyo@gmail.com

Abstrak

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

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

PENDAHULUAN

Industri alkohol di Indonesia memiliki peran signifikan dalam mendukung sektor ekonomi. Sektor ekonomi memainkan peran penting dengan mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan memastikan daya saing. Ini membutuhkan manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar dan kemajuan teknologi dalam produktivitas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan organisasi jangka Panjang dan pengembangan tenaga kerja khususnya di tingkat lokal (Потенціалу, 2023). Sebagai salah satu komoditas dengan permintaan pasar yang cukup tinggi, industri ini tidak hanya menyumbangkan

pendapatan bagi pelaku usaha tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dalam konteks daerah, Bekonang di Sukoharjo dikenal sebagai salah satu sentra produksi alkohol yang telah berlangsung secara turun-temurun. Produksi alkohol di Bekonang mencerminkan upaya masyarakat lokal dalam mempertahankan kearifan lokal sekaligus memenuhi kebutuhan pasar domestik dan industri. Industri alkohol di Bekonang, Sukoharjo, Jawa Tengah, memiliki sejarah panjang dan merupakan salah satu sentra produksi alkohol terbesar di Indonesia. Bekonang terkenal dengan industri alkohol tradisionalnya yang telah berlangsung selama beberapa generasi, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Namun, dengan meningkatnya persaingan di pasar global dan tuntutan untuk meningkatkan efisiensi produksi, industri alkohol Bekonang menghadapi tantangan besar dalam menjaga dan meningkatkan produktivitasnya. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi produktivitas di industri ini adalah komunikasi organisasi.

Keberhasilan bisnis jangka panjang sangat bergantung pada produktivitas, kualitas kerja, dan loyalitas karyawan. Oleh karena itu, inisiatif untuk menilai dan meningkatkan kinerja karyawan sangatlah penting. Komunikasi organisasi telah menjadi fokus manajemen sumber daya manusia dan pengembangan organisasi selama beberapa waktu. Komunikasi organisasi dalam konteks ini lebih dari sekadar menyampaikan informasi; komunikasi organisasi juga tentang membina hubungan yang sukses antara manajemen dan karyawan, serta memastikan pemahaman yang jelas tentang visi, tujuan, dan nilai-nilai perusahaan. Karyawan dapat dimobilisasi, dimotivasi, dan diarahkan melalui komunikasi yang efektif, yang dapat meningkatkan kinerja mereka (Sudiantini et al., 2023). Komunikasi organisasi adalah proses di mana informasi, ide, dan instruksi dipertukarkan di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam komunikasi organisasi yang efektif melibatkan pengiriman pesan yang jelas, penerimaan umpan balik yang konstruktif, dan pemahaman bersama tentang tujuan dan peran masing-masing individu dalam organisasi. Dalam konteks industri, komunikasi yang baik dapat meningkatkan koordinasi antar departemen, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi kesalahan operasional. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan kebingungan, konflik, dan penurunan produktivitas (Robbins, S. P., & Judge, 2013).

Dalam studi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara komunikasi yang efektif dengan produktivitas karyawan. Komunikasi yang baik dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, mengurangi konflik, dan mempercepat penyelesaian masalah, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan produktivitas (Clampitt, P. G., & Downs, 1993). Dalam berkomunikasi bukan sekedar memberi tahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar

seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikastor, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif, yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan arus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif (Anjelina et al., 2023).

Komunikasi bisa dikatakan berhasil apabila timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak dapat memahami isinya. Komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan dan pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan. Kegiatan komunikasi adalah sebuah proses transaksional yang menekankan pentingnya persepsi diantara partisipan komunikasi. Namun, dalam konteks industri alkohol Bekonang, penelitian mengenai peran komunikasi organisasi dalam peningkatan produktivitas masih sangat terbatas. Padahal, dengan karakteristik industri yang melibatkan banyak tahap produksi dan koordinasi antar departemen, komunikasi yang efektif menjadi sangat krusial. Lebih lanjut, industri alkohol Bekonang juga dihadapkan pada tekanan untuk memenuhi standar regulasi yang semakin ketat, baik dari pemerintah Indonesia maupun dari pasar internasional. Regulasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas produk hingga standar keselamatan kerja. Untuk memenuhi standar tersebut, diperlukan koordinasi yang baik antara berbagai departemen dalam organisasi, yang hanya dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif. Menurut penelitian, produktivitas adalah perbandingan antara hasil keluaran dengan masukan yang digunakan dalam proses produksi, yang menunjukkan penggunaan sumber daya yang efisien dan efektif. Dalam hal ini, komunikasi yang baik dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi yang ada (Sinungan, 2003).



Gambar 1 Gudang Produksi Alkohol Kian Rejo

Sebuah studi yang dilakukan oleh Turner (2015), menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan strategi komunikasi yang jelas dan terstruktur mampu menciptakan lingkungan kerja yang lebih efisien dan harmonis, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas kerja. Dalam konteks industri alkohol di Bekonang, penting untuk mengidentifikasi bagaimana komunikasi antar berbagai pihak di dalam organisasi, baik itu antara pekerja dengan atasan, antar departemen produksi, hingga dengan stakeholder eksternal, dapat mempengaruhi tingkat produktivitas. Namun, pentingnya komunikasi organisasi telah diakui secara luas, implementasinya di lapangan tidak selalu mudah. Terdapat berbagai hambatan yang dapat mengganggu komunikasi efektif, termasuk perbedaan budaya, hierarki organisasi, dan resistensi terhadap perubahan. Dalam konteks industri alkohol Bekonang, hambatan-hambatan ini dapat diperparah oleh latar belakang tradisional industri dan resistensi terhadap teknologi baru, tetapi disisi lain produktivitas dapat dilihat dari kualitas produk, kecepatan produksi, serta inovasi produk baru dalam industri ini sangat bergantung pada seberapa baik komunikasi antar bagian, baik dalam hal berbagi informasi teknis mengenai produksi, hingga kebijakan dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh manajemen. Ketidakjelasan informasi atau pengabaian terhadap pentingnya komunikasi yang terbuka dapat menyebabkan penurunan mutu produk atau bahkan terhambatnya distribusi yang efisien. Oleh karena itu, untuk memastikan tingkat daya saing yang tinggi dari perusahaan harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang intensif serta pemeliharaan reputasi citra produk pada tingkat tinggi. (Martin, 2020).

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

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Misbahuddin & Akil, 2023),(S Wardani, 2023) ,(Dwi & Hairunnisa, 2018), (Purnomo, 2022), dan (Anjelina et al., 2023), menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran penting dalam menciptakan efektivitas kerja,

meningkatkan motivasi, dan membangun budaya organisasi yang mendukung produktivitas. Meskipun sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada instansi pemerintahan dan perusahaan modern, prinsip dasar mengenai pentingnya komunikasi tetap relevan. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengangkat konteks industri tradisional alkohol di Bekonang Sukoharjo, yang memiliki karakteristik non-formal dan berbasis budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini melengkapi literatur yang ada dengan memberikan perspektif baru tentang praktik komunikasi organisasi dalam industri kecil berbasis komunitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan produktivitas kerja di industri alkohol Bekonang. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk memperlancar koordinasi kerja, membangun budaya komunikasi yang positif, dan menciptakan iklim kerja yang mendukung. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara komunikasi dan efisiensi kerja dalam konteks industri tradisional yang unik.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi organisasi merupakan aspek fundamental dalam menentukan efektivitas kinerja dalam sebuah institusi atau lingkungan kerja. Dalam organisasi, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai fondasi terbentuknya struktur kerja yang terarah, sistem yang solid, dan hubungan antarindividu yang harmonis. Robbins dan Judge (2013) menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang efektif mampu mempercepat pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meminimalkan kesalahan dalam pelaksanaan tugas. Di sisi lain, apabila komunikasi berjalan secara tidak efektif, maka akan menimbulkan berbagai dampak negatif seperti konflik internal, miskomunikasi, ketidakharmonisan antar departemen, hingga penurunan produktivitas.

Dalam praktiknya, komunikasi yang berjalan secara baik akan mendorong organisasi mencapai tujuannya dengan lebih optimal. Pandangan ini turut diperkuat oleh (Anjelina et al., 2023), yang menekankan bahwa komunikasi organisasi harus komunikatif, jelas, dan dapat diterima semua pihak dalam organisasi. Hal ini penting karena komunikasi yang terbuka memungkinkan penyampaian ide, umpan balik, dan aspirasi secara dua arah, yang kemudian dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap organisasi dan mempererat kerja sama antar anggota tim.

Lebih jauh lagi, struktur komunikasi dalam organisasi terbagi dalam berbagai aliran. Guetzkow dalam Triapnita (2021) menyebutkan bahwa aliran komunikasi dalam organisasi dapat

terjadi secara serentak, berurutan, maupun dalam kombinasi keduanya. Selain itu, arah komunikasi juga terbagi menjadi vertikal (komunikasi dari atasan ke bawahan atau sebaliknya), horizontal (komunikasi antardepartemen atau rekan kerja setingkat), dan diagonal (komunikasi lintas fungsi dan tingkat jabatan). Aliran dan arah komunikasi ini harus berjalan secara efektif agar tidak terjadi hambatan informasi yang mengakibatkan kesalahan dalam pengambilan keputusan maupun pelaksanaan tugas.

Di sisi lain, iklim komunikasi juga memiliki peranan penting dalam organisasi. Iklim komunikasi mengacu pada persepsi kolektif karyawan terhadap bagaimana komunikasi terjadi di dalam organisasi, baik dari aspek keterbukaan, kepercayaan, dukungan, maupun partisipasi. Redding (1972) mengidentifikasi bahwa iklim komunikasi yang terbuka dan suportif dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat secara psikologis, memacu produktivitas, dan menurunkan potensi konflik. Hal ini semakin relevan dalam konteks kerja tim yang membutuhkan koordinasi tinggi, di mana suasana komunikasi yang baik menjadi penentu keberhasilan kerja bersama.

Tak kalah penting, budaya organisasi juga menjadi salah satu pilar dalam membentuk sistem komunikasi yang efektif. Budaya organisasi merupakan seperangkat nilai, keyakinan, dan praktik yang dianut bersama oleh seluruh anggota organisasi. Pacanowsky dan O'Donnell Trujilio (dalam West & Turner, 2017) menjelaskan bahwa budaya organisasi terbentuk melalui simbol, mitos, cerita, dan ritual yang terjadi secara berulang dalam kehidupan organisasi. Dalam organisasi tradisional seperti industri alkohol di Bekonang, budaya komunikasi sering kali dibentuk melalui nilai-nilai kekeluargaan, kebiasaan turun-temurun, dan kedekatan emosional antar pelaku usaha. Hal ini menciptakan pola komunikasi yang informal namun erat, di mana kepercayaan menjadi modal sosial utama dalam menjalankan usaha.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada konteksnya yang unik, yaitu industri tradisional pembuatan alkohol di Bekonang, Sukoharjo, Jawa Tengah. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang fokus pada organisasi formal atau pemerintahan, penelitian ini melihat bagaimana komunikasi organisasi terjadi dalam konteks budaya lokal yang kuat dan struktur kerja yang berbasis komunitas. Di sini, komunikasi tidak hanya dimediasi oleh struktur formal, melainkan oleh hubungan kekeluargaan, rasa saling percaya, dan tradisi yang berlangsung secara turun-temurun. Komunikasi informal yang mengalir secara natural justru terbukti mampu menciptakan kerja sama yang solid, pembagian tugas yang efektif, dan produktivitas yang relatif stabil.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk menyelidiki objek ilmiah di mana peneliti menjadi objek utama. (Hafsiah Yakin, 2023). Penelitian ini akan mengeksplorasi fenomena komunikasi organisasi dan bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap produktivitas dalam industri alkohol.

Strategi penelitian yang diterapkan adalah studi kasus, yang memberi kesempatan kepada peneliti untuk menjelajahi dan menganalisa peran komunikasi dalam konteks spesifik industri alkohol di Bekonang Sukoharjo. Dengan menerapkan studi kasus, peneliti dapat mengumpulkan data yang mendalam dan bervariasi dari berbagai sumber, sekaligus memahami dinamika yang terjadi di dalam organisasi.

Objek dalam penelitian ini yaitu bagaimana cara penyampaian informasi dan peranan komunikasi organisasi yang berlangsung di industri alkohol di Bekonang Sukoharjo. Fokus utama dari penelitian ini adalah interaksi antara manajemen dan karyawan, serta komunikasi antar departemen yang mempengaruhi produktivitas. Penelitian ini juga akan menyelidiki bagaimana komunikasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, serta pengaruhnya terhadap hasil produksi. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di beberapa perusahaan industri alkohol yang beroperasi di Bekonang, Sukoharjo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang dilakukan di industri alkohol Kian Rejo, yang berlokasi di Desa Bekonang, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan produktivitas kerja di lingkungan industri kecil tradisional. Penyajian data dilakukan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta dianalisis melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Desa Bekonang dikenal sebagai sentra industri alkohol tradisional yang telah berlangsung secara turun-temurun. Industri ini bukan hanya menjadi sumber ekonomi utama masyarakat, tetapi juga telah membentuk budaya lokal yang khas. Mayoritas penduduk menggantungkan hidup pada usaha produksi alkohol dalam skala kecil hingga menengah. Dinamika sosial dan ekonomi yang berkembang di wilayah ini membentuk pola hubungan kerja dan komunikasi yang bersifat kekeluargaan serta informal.

Perusahaan yang menjadi objek studi dalam penelitian ini adalah industri alkohol Kian Rejo. Perusahaan ini merupakan usaha keluarga yang dikelola secara langsung oleh pemilik dan telah berdiri sejak beberapa generasi. Struktur organisasi perusahaan ini sangat sederhana, terdiri dari pemilik, dua orang karyawan produksi, dan satu orang komisaris. Meskipun jumlah sumber daya manusianya terbatas, perusahaan ini mampu menjalankan proses produksi dengan efisien karena sistem komunikasi internal yang berjalan efektif. Hubungan antaranggota organisasi terjalin erat dan harmonis, mencerminkan nilai-nilai kekeluargaan yang kuat dalam pola kerja mereka. Aliran komunikasi dalam perusahaan ini terbagi menjadi empat jenis. Pertama, komunikasi vertikal ke bawah, yaitu komunikasi dari pemilik kepada karyawan yang biasanya berupa instruksi kerja, pembagian tugas, dan penjelasan teknis. Kedua, komunikasi vertikal ke atas, di mana karyawan menyampaikan laporan kerja, kendala produksi, atau saran kepada pemilik. Ketiga, komunikasi horizontal yang terjadi antara sesama karyawan untuk mendukung kelancaran operasional harian. Keempat, komunikasi lintas saluran yang menghubungkan pemilik perusahaan dengan pihak luar seperti pelanggan, pemasok bahan baku, dan mitra usaha. Semua jenis komunikasi ini berjalan dengan lancar karena didukung oleh hubungan interpersonal yang kuat dan suasana kerja yang terbuka.

Iklim komunikasi yang tercipta di perusahaan Kian Rejo tergolong positif. Suasana kerja berlangsung dalam kondisi yang mendukung keterbukaan, rasa saling percaya, dan partisipasi aktif dari seluruh anggota organisasi. Tidak terdapat jarak komunikasi yang mencolok antara pemilik dan karyawan, sehingga semua pihak merasa nyaman untuk saling berinteraksi dan menyampaikan pendapat. Iklim komunikasi yang terbuka ini berdampak langsung pada semangat kerja, rasa tanggung jawab, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Budaya komunikasi dalam perusahaan juga terbentuk secara khas berdasarkan nilai-nilai lokal dan relasi sosial yang sudah terbina sejak lama. Komunikasi tidak dilakukan secara formal dan berjenjang, melainkan melalui pendekatan kekeluargaan yang menekankan pada kesetaraan dan rasa kebersamaan. Nilai-nilai seperti gotong royong, kejujuran, tanggung jawab, dan toleransi menjadi fondasi dalam menjalankan komunikasi sehari-hari di lingkungan kerja. Pola komunikasi yang demikian menjadikan suasana kerja menjadi lebih harmonis dan produktif.

Produktivitas kerja di perusahaan ini terlihat dari lancarnya proses produksi, kecepatan penyelesaian pekerjaan, dan kemampuan memenuhi permintaan pasar secara berkelanjutan. Komunikasi yang baik mempengaruhi efektivitas kerja karyawan dalam memahami instruksi, mengoordinasikan tugas, serta menyelesaikan permasalahan di lapangan secara cepat dan efisien. Tidak hanya itu, komunikasi juga berperan dalam membangun komitmen dan

meningkatkan motivasi kerja karyawan untuk mencapai hasil yang optimal. Meskipun komunikasi organisasi berjalan relatif lancar, perusahaan tetap menghadapi beberapa hambatan. Salah satu hambatan utama adalah belum adanya dokumentasi formal terkait prosedur kerja atau sistem komunikasi yang tertulis. Ketergantungan terhadap pemilik juga menjadi tantangan, karena sebagian besar keputusan penting masih terpusat pada satu orang. Di sisi lain, keterbatasan penggunaan teknologi komunikasi modern juga menjadi hambatan dalam mempercepat proses koordinasi dan dokumentasi kerja.

Sebagai bentuk solusi, perusahaan mulai menggunakan media komunikasi digital yang sederhana seperti aplikasi perpesanan untuk mempercepat penyampaian informasi. Selain itu, komunikasi informal tetap dijaga dan diperkuat sebagai sarana utama dalam menjaga keharmonisan kerja. Upaya ini dinilai cukup efektif dalam menjaga kelancaran komunikasi meskipun dalam keterbatasan sistem formal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung produktivitas kerja pada industri alkohol Kian Rejo. Meskipun perusahaan memiliki struktur yang sederhana dan tradisional, komunikasi yang efektif, iklim kerja yang terbuka, serta budaya komunikasi berbasis kekeluargaan terbukti mampu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh struktur dan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana komunikasi dijalankan secara manusiawi dan sesuai dengan nilai-nilai sosial yang dianut oleh anggota organisasi.

Tabel 1

Tabel Pengelompokan antara Pokok Temuan & Pembahasan

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
1.	Komunikasi Vertikal ke Bawah, dilakukan secara langsung oleh pemilik industri kepada karyawan tanpa banyak birokrasi, baik secara lisan maupun melalui	Komunikasi vertikal ke bawah di perusahaan alkohol Kian Rejo menunjukkan cara berkomunikasi yang langsung dan tidak kaku dengan struktur birokrasi, melainkan didasarkan pada hubungan personal antara pemilik dan staf. Pemilik memberikan arahan secara lisan kepada karyawan tanpa melewati tingkatan formal yang rumit. Model ini menegaskan posisi pemilik sebagai figur utama yang berfungsi sebagai pemandu dan pelaksana

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
	media digital seperti WhatsApp.	kebijakan organisasi secara langsung di lapangan. Dalam kerangka teori yang diungkap oleh Robbins dan Judge (2013), bentuk ini dikenal sebagai komunikasi ke bawah yang terutama digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai instruksi kerja, kebijakan, dan harapan organisasi terhadap anggotanya. Tipe komunikasi ini menawarkan keuntungan dalam hal kecepatan penyampaian informasi serta mengurangi kesalahan informasi yang sering terjadi pada komunikasi berjenjang. Selain itu, komunikasi langsung membina ikatan kerja yang lebih terbuka dan emosional, di mana karyawan tidak hanya menjadi penerima perintah, tetapi juga merasakan kedekatan psikologis dengan orang yang memberikan instruksi. Dalam konteks ini, komunikasi vertikal ke bawah yang bersifat informal tetapi mendalam dapat dilihat sebagai cerminan gaya kepemimpinan yang partisipatif dan berorientasi pada paternalistik, di mana pemilik perusahaan berfungsi tidak hanya sebagai pemimpin resmi, tetapi juga sebagai pembimbing moral dan bertanggung jawab secara sosial terhadap kesejahteraan para karyawan. Keefektifan model ini sangat berkontribusi terhadap efisiensi operasional dan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan penuh rasa tanggung jawab.
.	Komunikasi Vertikal ke Atas, berjalan dua arah dengan keterbukaan yang tinggi serta kebebasan karyawan dalam memberikan saran dan masukan langsung kepada pemimpin.	Kebebasan karyawan untuk mengungkapkan gagasan, kritik, atau keluhan langsung kepada pemilik usaha mencerminkan adanya saluran komunikasi ke atas (upward communication) yang terbuka dan diterima dengan baik. Hasil ini sejalan dengan teori Redding (1972) yang menekankan pentingnya komunikasi ke atas dalam membangun suasana organisasi yang demokratis dan partisipatif. Dalam organisasi yang mendukung upward communication, karyawan tidak hanya menjalankan perintah, tetapi juga berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan.

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
		Di Kian Rejo, pola ini menunjukkan bahwa sumbangan ide dari para pekerja sering kali tidak hanya didengar, tetapi juga langsung diterapkan, menghasilkan semacam pengakuan terhadap posisi karyawan sebagai mitra dalam pekerjaan. Keadaan ini menunjukkan adanya lingkungan kerja yang inklusif dan mengedepankan nilai keterbukaan (openness), yang menurut Robbins dan Judge (2013) merupakan salah satu indikator dari komunikasi organisasi yang baik. Konsekuensi dari keterbukaan ini adalah peningkatan loyalitas kerja, rasa memiliki terhadap proses produksi, serta terciptanya ruang dialog yang memfasilitasi inovasi yang muncul dari bawah (bottom-up innovation), yang sangat penting dalam konteks industri tradisional seperti Kian Rejo.
.	Komunikasi Horizontal, antar karyawan berlangsung dalam suasana santai, harmonis dan efisien terkadang dilakukan hanya melalui isyarat.	Interaksi yang terjadi antara rekan-rekan kerja mencerminkan adanya solidaritas sosial yang kuat serta efisiensi dalam pelaksanaan tugas. Jenis komunikasi ini terjadi dengan sendirinya dan cenderung fleksibel, sering kali hanya menggunakan sinyal atau bahasa tubuh, karena telah terbina pemahaman yang mendalam tentang tugas masing-masing. Clampitt dan Downs (1993) menekankan pentingnya komunikasi horizontal dalam suatu organisasi sebagai sarana untuk mengatur kerja antarfungsi yang memungkinkan penyelesaian tugas tanpa bergantung pada struktur hirarkis. Penelitian ini menunjukkan bahwa para pekerja di Kian Rejo berhasil membangun sistem kerja kolektif yang didasari oleh saling pengertian dan pembagian tugas yang tidak resmi namun jelas. Ini membantu mengurangi kesalahpahaman, mempercepat penyelesaian masalah di lapangan, serta menciptakan efisiensi pada tingkat mikro dalam operasional. Dalam konteks sosial, komunikasi horizontal yang mengalir ini memperkuat solidaritas

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
		di tempat kerja, mengurangi kemungkinan terjadinya konflik antar individu, dan meningkatkan komitmen bersama terhadap keberhasilan produksi.
.	Komunikasi Lintas Saluran, melibatkan pelanggan dan pihak luar yang berlangsung secara informal dan responsif dan mempercepat distribusi dan pelayanan.	Kemampuan industri Kian Rejo untuk berinteraksi dengan pihak luar seperti pelanggan, mitra distribusi, dan komisaris melalui saluran informal seperti WhatsApp dan panggilan telepon menunjukkan tingginya fleksibilitas dalam komunikasi. Ini sangat sesuai dengan pendapat Turner (2015) yang menekankan bahwa organisasi yang adaptif harus mengembangkan sistem komunikasi lintas saluran yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat dan personal. Komunikasi lintas saluran dapat mempersingkat prosedur birokrasi dalam layanan, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan menciptakan kepuasan berkat tanggapan yang cepat dan hangat. Interaksi yang terjadi intensif melalui media informal mencerminkan pendekatan manajerial yang berfokus pada

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
		hubungan antarpribadi, bukan hanya sekedar pada prosedur. Tingkat responsivitas yang tinggi ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam organisasi tidak hanya terbatas di ruang internal, tetapi juga menjadi bagian dari strategi relasional yang memperkuat posisi industri dalam ekosistem pasar lokal.
.	Iklim Komunikasi Organisasi, mencerminkan suasana kerja secara kekeluargaan, penuh dengan kepercayaan dan dukung terhadap emosional hingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas.	Suasana kekeluargaan yang terbangun di industri Kian Rejo mencerminkan adanya komunikasi organisasi yang baik. Dalam teori komunikasi organisasi, iklim diartikan sebagai pandangan bersama tentang cara orang berinteraksi dan berhubungan satu sama lain di tempat kerja (Poole, 1985). Lingkungan yang mendukung memungkinkan individu untuk menyuarakan gagasan tanpa rasa takut, menumbuhkan rasa empati, serta meningkatkan keamanan psikologis saat bekerja. Blumenstock (1970) menyatakan bahwa iklim organisasi yang terbuka dan bersahabat mendorong komunikasi yang jujur dan berkontribusi pada peningkatan kepuasan kerja secara keseluruhan. Di Kian Rejo, kedekatan antara pemilik dan karyawan memperkuat komitmen mereka terhadap organisasi, menghasilkan loyalitas yang tinggi, dan mendukung stabilitas tenaga kerja. Situasi ini menjadi dasar yang tersembunyi bagi produktivitas organisasi yang berkelanjutan karena menciptakan rasa memiliki yang sulit dibangun dalam struktur organisasi yang formal dan kaku.
.	Budaya Organisasi Lokal, mencerminkan nilai – nilai tradisional seperti gotong royong, loyalitas dan penghormatan terhadap	Budaya organisasi di industri alkohol Kian Rejo tidak dibangun melalui dokumen formal, tetapi melalui nilai-nilai lokal yang dijalankan secara konsisten dalam aktivitas sehari-hari. Teori budaya organisasi yang dikemukakan oleh Pacanowsky dan Trujillo (dalam West & Turner, 2017) menyatakan bahwa budaya organisasi hidup dalam simbol, praktik, dan narasi yang

No	Pokok Temuan Penelitian	Pembahasan
	senioritas membentuk perilaku kerja dan komunikasi informal yang kuat.	diciptakan dan dibagikan oleh anggota organisasi. Simbol seperti penggunaan bahasa daerah, ritual doa sebelum produksi, serta penghargaan terhadap senioritas tanpa sistem tertulis menjadi sistem nilai yang mengatur perilaku anggota. Budaya seperti ini berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial informal yang sangat efektif, karena mendorong karyawan untuk patuh bukan karena peraturan tertulis, tetapi karena kesadaran nilai bersama. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai sistem navigasi moral dan profesional yang memperkuat keterikatan emosional antara individu dengan organisasi.
.	Produktivitas Karyawan, ditunjukkan bukan hanya dari output produksi, tetapi juga dari kualitas kerja, kecepatan penyelesaian tugas, loyalitas serta adaptasi terhadap perubahan.	Produktivitas dalam konteks industri tradisional seperti Kian Rejo tidak dapat semata-mata diukur melalui kuantitas hasil produksi, tetapi perlu dilihat sebagai hasil sinergi antara komunikasi organisasi yang efektif dan budaya kerja yang mengakar. Mengacu pada pandangan Sinungan (2003), produktivitas adalah hasil dari kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya manusia secara optimal, sedangkan Martin (2020) menambahkan bahwa produktivitas juga merupakan refleksi dari keterlibatan emosional dan loyalitas kerja. Di Kian Rejo, produktivitas tercermin dalam ketepatan waktu, kemampuan menyelesaikan kendala teknis secara mandiri, serta inisiatif karyawan dalam menjaga mutu kerja. Seluruh elemen tersebut adalah produk dari interaksi antara struktur komunikasi yang adaptif dan budaya kerja yang kuat. Artinya, produktivitas di sini bukan hanya sekadar output, tetapi juga outcome dari kualitas hubungan sosial di tempat kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas kerja di industri alkohol Kian Rejo, Bekonang,

Sukoharjo. Komunikasi yang terjalin secara vertikal, horizontal, dan lintas saluran berjalan secara efektif berkat hubungan interpersonal yang kuat antar anggota organisasi. Komunikasi vertikal ke bawah mempermudah penyampaian instruksi kerja dari pemilik kepada karyawan, sementara komunikasi vertikal ke atas memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan kendala atau masukan kepada pemilik. Komunikasi horizontal yang terjadi antarkaryawan turut mendukung kelancaran operasional harian, dan komunikasi lintas saluran dengan pelanggan serta mitra bisnis memperkuat keberlanjutan usaha.

Selain aliran komunikasi, iklim komunikasi yang positif juga menjadi faktor penting. Suasana kerja yang terbuka, penuh kepercayaan, dan partisipatif menciptakan lingkungan kerja yang mendukung motivasi dan loyalitas karyawan. Hal ini diperkuat dengan budaya komunikasi yang berbasis pada nilai-nilai kekeluargaan, gotong royong, dan kesetaraan, yang telah tertanam secara turun-temurun. Pola komunikasi yang lebih bersifat informal namun harmonis tersebut menjadikan koordinasi kerja lebih efisien dan efektif, sehingga berdampak langsung pada peningkatan produktivitas kerja.

Meskipun terdapat beberapa hambatan seperti belum adanya dokumentasi formal, ketergantungan pada pemilik industri, dan keterbatasan penggunaan teknologi, hal tersebut tidak secara signifikan menghambat proses kerja. Komunikasi interpersonal yang kuat dan fleksibel mampu menutupi kekurangan sistem formal. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa komunikasi organisasi yang humanis dan sesuai dengan konteks sosial budaya lokal mampu menjadi kekuatan utama dalam mendukung efektivitas kerja dan keberhasilan operasional industri tradisional.

SARAN

Disarankan agar perusahaan mulai membangun sistem dokumentasi formal terkait prosedur kerja dan alur komunikasi. Hal ini penting sebagai bentuk penguatan struktur organisasi yang dapat mengurangi ketergantungan terhadap pemilik dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan pelatihan dasar teknologi komunikasi bagi para karyawan, agar proses koordinasi dan penyampaian informasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien melalui media digital.

Penting pula bagi perusahaan untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih terstruktur, seperti membuat jadwal rapat rutin, membentuk forum komunikasi internal, dan membangun mekanisme umpan balik secara berkala. Strategi ini tetap dapat dijalankan tanpa

menghilangkan nilai-nilai kekeluargaan dan kebersamaan yang menjadi ciri khas industri. Selanjutnya, kerja sama antar pelaku industri alkohol di Bekonang juga perlu diperkuat melalui jaringan komunikasi lintas usaha, agar terjalin sinergi dalam berbagi pengetahuan, pengalaman, dan inovasi.

Sebagai tambahan, untuk memperluas pemahaman akademik mengenai komunikasi organisasi di sektor industri tradisional, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi perbandingan antar industri sejenis di daerah lain. Dengan begitu, temuan-temuan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan model komunikasi organisasi yang relevan dengan konteks budaya lokal dan kebutuhan industri kecil dan menengah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, M. A., Syarifudin, A., Hamandia, M. R., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2023). Penerapan Komunikasi Organisasi Pimpinan Dan Pegawai Dalam Meningkatkan Semangat Kerja. *At TAWASUL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 8–17.
- Clampitt, P. G., & Downs, C. W. (1993). Employee perceptions of the relationship between communication and productivity: A field study. *Journal of Business Communication*, 5–28.
- Dwi, P., & Hairunnisa, H. (2018). Peran komunikasi organisasi terhadap komunikasi dan motivasi (Studi pada Pegawai Tidak. *EJournal Lmu Komunikasi*, 6(4), 1–14.
- Martin, C. (2020). Using interpersonal communication strategies to encourage science conversations on social media. *PLoS ONE*, 15(11). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241972>
- Misbahuddin, M., & Akil, N. (2023). ... Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Pegawai Di Kab *Movere Journal*.
- Purnomo, S. (2022). Peranan Penting Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Organisasi. *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(01), 34–42.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
- S Wardani. (2023). *No Title*.
- Sinungan, M. (2003). *Produktivitas: Apa dan Bagaimana*. Bumi Aksara.
- Sudiantini, D., Pebriansyah, D., Astuti, R. D., Salsabilla, S. W., & Zhafran, T. A. I. (2023). Analisis Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Indofood. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 1(3), 50–60.
- Потенціалу, О. К. (2023). *Євген Вікторович БУРЯК*. 5517, 15–18.