library.uns.ac.id digilib.uns.a d

JURNAL

DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA FORUM PENGEMBANGAN *KAMPOENG* BATIK LAWEYAN

(Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi pada Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan Kota Surakarta)

Disusun Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

Diajukan oleh :

Widiyastuti

D1216070

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2018

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA FORUM PENGEMBANGAN *KAMPOENG* BATIK LAWEYAN
(Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi pada Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan Kota Surakarta)

Widiyastuti
Widyantoro

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Batik business in Laweyan continues to run and develop with its ups and downs from time to time. In Laweyan batik village there is an organization called Kampoeng Laweyan Development Forum (FP-KBL) which consists of batik entrepreneurs in Laweyan. FP-KBL is the cluster management organization of Kampoeng Batik Laweyan starting on September 25, 2004 based on the Letter of Appointment and assignment from the Surakarta City Bappeda. This study aims to find out what are the dimensions of organizational communication that occur in FP-KBL as an organization of batik entrepreneurs in Batik Laweyan Village.

The purpose of this study was to determine the dimensions of organizational communication that existed in the Kampoeng Batik Laweyan Development Forum as an organization of batik entrepreneurs in Batik Laweyan Village Surakarta.

This research is a type of qualitative research that uses a case study method. Data collection techniques use interview techniques as the main data source. The sample used in this study were informants from 5 members of the Kampoeng Batik Laweyan Development Forum, 1 from the Surakarta Tourism Office, 1 from Laweyan Village and 1 from Laweyan community. Purposive sampling technique is used because taking samples based on the characteristics that have been made so that the selected sample is able to provide information in accordance with the purpose of the study. While the data analysis used is data analysis techniques starting from data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of the study show that the communication dimensions of the FP-KBL organization mostly occur in the activities organized by the FP-KBL. Formal communication (upward communication, downward communication, horizontal communication) occurs in Selawenan. External communication through various mass media.

***Keywords**: Organizational Communication Dimensions, FP-KBL, Internal Communication, External Communication.*

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Pendahuluan

Pariwisata menempati peringkat ke-4 penyumbang devisa terbesar di Indonesia pada tahun 2015 dengan pertumbuhan penerimaan devisa tertinggi, yaitu 13% dengan biaya marketing hanya 2% dari proyeksi devisa. Perolehan devisa sektor pariwisata dari tahun 2013 hingga 2016 selalu meningkat, bahkan pada tahun 2016 pariwisata menempati urutan ke-2 mengalahkan perolehan devisa migas di urutan ke-3 (KEMENPAR, Laporan-3-th-Jkw-Jk).

Tabel 1.1
Perolehan Devisa Indonesia Menurut Lapangan Usaha

No	2013		2014		2015		2016	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta US$)
1	Migas	32,633	Migas	30,318	Migas	18.574	CPO	15,965
2	Batu Bara	22,759	Batu Bara	18.697	CPO	16.427	Pariwisata*)	13.568
3	CPO	16,787	CPO	18.615	Batu Bara	14.717	Migas	13,105
4	Pariwisata	10,054	Pariwisata	11,166	Pariwisata	12,225	Batu Bara	12,898
5	Karet olahan	6,706	Pakaian jadi	7,450	Pakaian jadi	6.410	Pakaian jadi	6,229
6	Pakaian jadi	6,216	Alat Listrik	7,021	Alat Listrik	4.510	Alat Listrik	4,561
7	Alat listrik	5,104	Bahan Kimia	6,486	Karet olahan	3.564	Perhiasan	4,119
8	Bahan kimia	4,124	Karet Olahan	6,259	Kertas	3.546	Kertas	4,032
9	Kertas	3,723	Kertas	5,379	perhiasan	3.319	Bahan kimia	3,700
10	Tekstil	1,948	Perhiasan	3,914	Bahan kimia	3.174	Karet olahan	3,242
11	Kayu olahan	1,203	Tekstil	3,853	Tekstil	1.927	Tekstil	1,848
12	Perhiasan	202	Kayu Olahan	3,780	Kayu Olahan	1.352	Kayu olahan	1,279

Sumber: KEMENPAR, Laporan-3-th-Jkw-Jk

Kepariwisataan memiliki masa depan yang bagus di Indonesia, pariwisata menjadi sumber penghasil devisa negara yang tidak akan habis bila dibandingkan dengan migas yang merupakan SDA tak terbaharui. Pertumbuhan destinasi pariwisata semakin pesat di seluruh wilayah Indonesia, setiap kota di Indonesia memiliki destinasi pariwisata yang identik dengan kota tersebut, di Kota Surakarta terdapat beberapa destinasi pariwisata yang sudah melekat dengan Kota Solo, mulai dari Keraton Kasunanan, Pura Mangkunegaran, Kampung Batik Laweyan.

Industri batik di Laweyan mempunyai sejarah panjang, diawali dengan didirikannya usaha batik oleh para saudagar dari Perkumpulan Sarekat Dagang Islam (SDI) oleh Kyai Haji Samanhudi. Semula Haji Samanhudi pada tahun 1911 membentuk perkumpulan sesama pedagang Bumi Putra di Surakarta dengan nama Reksa Rumersa tahun 1909. Tujuannya untuk menandingi organisasi pedagang Cina di Solo yang menguasai bahan baku batik. Dari Organisasi Reksa Rumeksa ini lahirlah Sarekat Dagang Islam (SDI) yang kemudian pada 1912 menjadi Sarekat Islam (Tugas, dkk., 2014: 18-19).

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Kota Surakarta pernah menjadi pusat batik terbesar di Indonesia, pada tahun 1930-an. Jumlah industri batik pada waktu itu mencapai 230 buah dan sebagian besar lokasinya berada di Laweyan. Produksi batik Laweyan pada waktu itu, setiap tahunnya dapat mencapai sekitar 60.400 potong batik. Memasuki tahun 70-an ketika rezim Suharto berkuasa, adalah puncak dari semakin redupnya sosok *mbok mase* dalam perdagangan. Industri batik Laweyan mulai goyah dan surut, hal itu disebabkan masuknya teknologi-teknologi modern dengan pemain-pemain baru bermodal kuat dengan industri tekstil *printing*, pada waktu itu, banyak *mbok mase* yang menutup usahanya karena mendapat kerugian yang besar (Tugas, dkk., 2014: 47).

Tahun 1990-an industri batik Laweyan semakin terpuruk banyak usaha batik yang bangkrut dan tutup, bangunan kuno milik saudagar batik tidak terawat, kumuh dan rusak, bahkan beberapa bagian bangunan ada yang dijual. Menghadapi situasi seperti itu pada awal tahun 2000-an, mulai ada gagasan dari kaum muda Laweyan untuk membangkitkan Laweyan dengan konsep wisata batik. Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan (FP-KBL) adalah Organisasi pengelola kluster Kampung Batik Laweyan mulai tanggal 25 September 2004 berdasarkan Surat Penunjukan dan penugasan dari Bappeda Kota Surakarta Nomor : 050 / I 250. Kampung Batik Laweyan adalah nama kluster wisata, cagar budaya dan industri batik yang terletak di Kawasan Laweyan Kota Surakarta Propinsi Jawa Tengah. Kampung Batik Laweyan terdiri dari wilayah inti Kelurahan Laweyan, dan wilayah pengembangan meliputi Kelurahan Bumi, Purwosari, Sondakan dan Pajang.

Komunikasi organisasi yang terjadi di Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan merupakan sebuah proses yang bergantung dengan beberapa hal, terlebih dengan kaitannya sebagai organisasi yang berusaha mengembangkan potensi dari sebuah kawasan yang memiliki peninggalan kebudayaan yang telah diakui dunia. Apasaja dimensi-dimensi komunikasi organisasi yang ada pada FP-KBL dalam mencapai tujuan organisasi untuk mengembangkan potensi kampung batik Laweyan menjadi ketertarikan penulis untuk membahasnya.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam sebuah penelitian bermaksud untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang diteliti sehingga tujuan menjadi jelas dan mendapatkan hasil yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah: Apasaja dimensi-dimensi komunikasi organisasi pada FP-KBL dalam mencapai tujuan organisasi untuk mengembangkan potensi Kampung Batik Laweyan?

Tinjauan Pustaka

1. Organisasi

Organisasi amat diperlukan dalam kehidupan manusia, terlebih lagi dalam kehidupan modern. Organisasi membentuk manusia untuk melaksanakan hal-hal dan kegiatan-kegiatan yang tidak bisa dilaksanakan dengan baik sebagai individu. Organisasi-organisasi merupakan bagian dari lingkungan tempat bekerja, tempat menuntut ilmu, tempat bermain. Organisasi-organisasi mempengaruhi kehidupan begitu juga sebaliknya manusia dapat pula mempengaruhi sebuah organisasi.

Istilah "organisasi" dalam bahasa Indonesia atau *organization* dalam bahasa Inggris bersumber dari perkataan Latin pula, *organization* yang berasal dari kata kerja bahasa Latin pula, *organizare*, yang berarti *to form as or into a whole consisting of interdependent or coordinated parts* (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dari seluruh bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi). Jadi secara harfiah, organisasi itu berarti panduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung (Effendy, 2006: 114).

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization,* mendefinisikan organisasi sebagai sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang (Romli, 2011: 1).

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Dari beberapa pengertian organisasi diatas terdapat persamaan yaitu: organisasi merupakan sebuah sitem, yang mengkoordinasi aktivitas untuk mencapai satu tujuan bersama maupun tujuan umum.

a. Karakteristik Organisasi

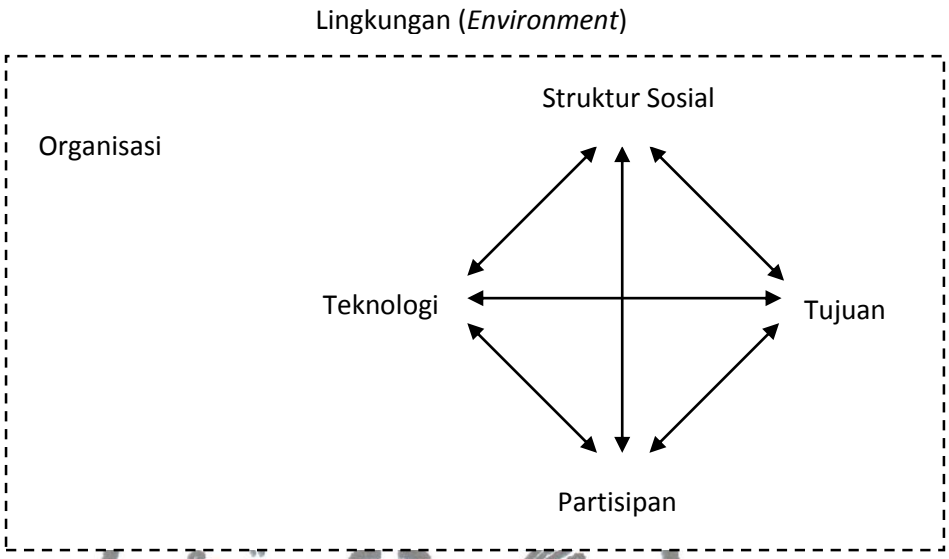
Organisasi memiliki beberapa karakteristik. Menurut Berelson dan Steiner dalam Liliweri (2014: 54) membagi karakteristik organisasi menjadi 4, yaitu:

1) Formalitas. Tipikal dari organisasi adalah memiliki seperangkat tujuan, kebijakan, prosedur, dan regulasi yang tertulis.
2) Hierarki, yakni penggambaran kerja organisasi yang seluruh peranannya dirumuskan dalam struktur piramid.
3) Impersonalitas, yakni penggambaran pola-pola komunikasi yang berbasis pada hubungan-hubungan personal.
4) Jangka panjang, yakni menggambarkan kerja organisasi yang selalu dibentuk untuk menjalankan tugas jangka panjang.

b. Elemen-Elemen Organisasi

Organisasi sangat bervariasi ada yang sangat sederhana dan ada pula organisasi yang sangat kompleks, namun pada dasarnya organisasi memiliki beberapa elemen dasar yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id



Gambar 1.1
Model Elemen Organisasi (Scott, 1981).

Terdapat lima elemen organisasi berdasarkan model elemen organisasi dari Scott dalam Muhammad (2015: 25-28), yakni:

1) Struktur Sosial

Struktur sosial adalah pola aturan hubungan yang ada diantara partisipan dalam sebuah organisasi. Struktur sosial dapat dipisahkan menjadi dua komponen yaitu struktur normatif dan struktur tingkah laku. Struktur normatif mencakup nilai, norma, dan peranan yang diharapkan. Struktur tingkah laku berfokus pada tingkah laku yang dilakukan, tingkah laku yang diperlihatkan sesorang dalam sebuah organisasi mempunyai karakteristik umum yang merupakan pola atau jaringan tingkah laku.

2) Partisipan

Pastisipan organisasi adalah individu-individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi. Semua individu dalam sebuah organisasi memiliki keterampilan, kemampuan serta keterlibatan yang sangat bervariasi. Oleh karena itu susunan struktural dalam sebuah organisasi selalu disesuaikan dengan tingkat keterampilan yang dimiliki partisipan, tingkat keterampilan ini hampir selalu diikuti dengan perbedaan kekuasaan dan tuntuntan otonomi.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

3) Tujuan

Tujuan adalah suatu konsepsi akhir yang diingini atau kondisi yang partisipan usahakan melalui tampilan aktivitas tugas-tugas mereka.

4) Teknologi

Penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan dan juga pengetahuan teknik dan ketrampilan partisipan. Setiap organisasi memiliki teknologi dalam melakukan pekerjaannya, tetapi bervariasi dalam teknik atau kemanjuran dalam memproduksi hasil yang diinginkan.

5) Lingkungan

Setiap organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan dan lingkungan sosial, dimana organisasi tersebut harus menyesuaikan diri. Suatu organisasi mungkin mengharapkan dukungan sosial bagi aktivitasnya untuk merefleksikan nilai-nilai masyarakat pada fungsinya.

2. Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan setiap proses pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan. Proses ini meliputi informasi yang disampaikan baik secara lisan maupun tertulis dengan kata-kata, atau yang disampaikan dengan bahasa tubuh, gaya diri maupun penampilan diri, menggunakan alat bantu sehingga sebuah pesan menjadi lebih kaya (Liliweri, 2003: 5).

Tak hanya membutuhkan secara individu, namun juga interaksi dan komunikasi secara kelompok. Naluri untuk berkelompok ini yang mendorong manusia untuk menyatukan dirinya dengan kelompok yang lebih besar dalam kehidupan manusia lain di sekelilingnya bahkan mendorong menyatu dengan alam fisiknya (Bungin, 2014:43). Selain itu, kehidupan manusia yang diawali dari interaksi secara individu, kemudian berkembang menjadi sebuah interaksi dengan kelompok yang dipilihnya akan berlanjut sebagai hubungan komunikasi dengan kelompok yang lebih besar lagi atau disebut dengan organisasi, pada tahap yang lebih besar bentuk komunikasi yang harus

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

dilakukan oleh seorang individu yakni berhubungan dengan jumlah individu lainnya dengan jumlah yang lebih besar, atau biasa disebut dengan komunikasi massa.

Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam Bungin (2007: 274-276), organisasi yang baik yang beorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*) maupun nirlaba (*non-profit*), memiliki empat fungsi organisasi, yaitu: fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif.

1) Fungsi Informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara pasti. Informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam sebuah organisasi.

2) Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam sebuah organisasi. Pada sebuah organisasi terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan yang berada dalam tatanan manajemen. Kedua berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif umumnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

3) Fungsi Persuasif

Dalam mengatur sebuah organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai yang diharapkan, maka banyak pemimpin yang lebih suka untuk memersuasi bawahannya daripada memberikan perintah. Persuasi dianggap lebih efektif dalam menumbuhkan kepedulian dibanding dengan memperlihatkan kekuasaan dan kewenangan.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

4) Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama istirahat kerja, kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi

Komunikasi menyangkut pesan-pesan yang dapat dibedakan berdasarkan penerima pesan dan fungsi pesan. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bila dilihat dari fungsi pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal.

Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menyangkut penyampaian pesan antar individu dan kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi. Menurut Effendy (2006: 122-130) dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal.

1) Komunikasi Internal

Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi instruktif, kontrol dan koordinatif yang integratif dan direktif ke arah tujuan. Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan kepada bawahannya. Bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal seringkali berlangusng tidak formal. Jenis komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat di klasifikasikan menjadi dua jenis, yakni:

- Komunikasi persona
- Komunikasi kelompok

(1) Komunikasi persona

Komunikasi persona ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berulang dengan dua cara: komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.

(2) Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok ialah komunikasi secara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka, komunikasi kelompok bisa dengan kelompok kecil dan kelompok besar.

2) Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal disebut juga dengan komunikasi adaptif dan kontrol terhadap lingkungan demi kelangsungan hidup organsiasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

a) Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan. Komunikasi organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti, artikel surat kabar atau majalah, pidato, brosur, poster, konferensi pers, dll. Pada zaman modern ini media massa memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi untuk melancarkan komunikasi eksternal.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

b) Komunikasi dari khalayak kepada organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

Metodologi Penelitian

Penelitian Komunikasi *Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan* ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang didukung data kualitatif. Menurut Kriyantono (2008: 56) riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam-dalamnya. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dalam *purposive sampling* peneliti mempunyai kecenderungan untuk memilih dan menentukan sendiri informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalah penelitian secara mendalam serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap (Sutopo, 2002; 56). Pemilihan informan pada penelitian ini perwakilan dari pengurus FP-KBL, mulai dari pengagas berdirinya FP-KBL dan dianggap mengetahui informasi secara mendalam mengenai FP-KBL dari awal berdirinya hingga saat ini. Pengusaha, anggota FP-KBL yang ikut ternaung dalam organisasi di Kampung Batik Laweyan yang selalu aktif dalam organisasi sehingga dianggap mampu memberikan informasi perkembangan FP-KBL dari tahun ke tahun, masyarakat umum yang merupakan perwakilan dari luar organisasi, terutama perwakilan dari karang taruna di Kampung Laweyan yang selalu berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan di Laweyan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang merupakan pelaksana urusan pemerintah bidang kebudayaan dan bidang pariwisata yang turut serta dalam membentuk organisasi FP-KBL utnuk menyelamatkan dan mengembangkan kembali kehidupan kampung wisata di Laweyan. Narasumber dalam penelitian ini yaitu informan yang berasal dari 5 anggota Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan, 1 dari Dinas Pariwisata Surakarta, 1 dari Kelurahan Laweyan dan 1 dari masyarakat Laweyan.

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam sebagai data primer dan dokumentasi sebagai data sekunder. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik analisa data milik

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Miles dan Huberman, mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Sajian dan Analisis Data

Komunikasi menyangkut pesan-pesan yang dapat dibedakan berdasarkan penerima pesan dan fungsi pesan. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bila dilihat dari fungsi pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menyangkut penyampaian pesan antar individu dan kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi. Menurut Effendy (2006: 122-130) dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal.

A. Komunikasi Internal pada Organisasi Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan (FP-KBL)

Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi instruktif, kontrol dan koordinatif yang integratif dan direktif ke arah tujuan. Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan kepada bawahannya. Bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin.

Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal seringkali berlangusng tidak formal.

Komunikasi internal (komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal) Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan terjadi melalui acara Selawenan. Selawenan merupakan suatu konsep acara yang diselenggarakan oleh FP-KBL sebagai salah satu upaya dalam mengembangkan *Kampoeng* Batik Laweyan. Acara selawenan diselenggarakan secara rutin tiap

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

tanggal 25 setiap bulannya, tak hanya dihadiri para pengusaha anggota FP-KBL, namun juga berbagai kalangan masyarakat, mulai dari tokoh masyarakat setempat, masyarakat umum, perwakilan pemerintah, tamu undangan, dll. Acara tersebut merupakan ajang silaturahmi, ajang diskusi, ajang promosi yang juga disertai pentas kesenian tradisional. Dengan bertemunya masyarakat Laweyan, tokoh-tokoh dan para tamu undangan akan lebih mempererat jalinan komunikasi dan persahabatan diantara semua warga.

Komponen kegiatan Selawenan terdiri dari sumber informasi yang berasal dari pengurus dan anggota FP-KBL, tamu undangan (dari pemerintah dari pekerja seni, tokoh masyarakat). Pesan yang disampaikan dalam kegiatan Selawenan juga beragam mulai dari berbagai masalah mengenai kawasan Laweyan yang di hadapi para pengusaha, mengenai kepariwisataan, mengenai kebudayaan dan sejarah Laweyan, hingga mengenai isu-isu yang berpengaruh di kawasan Kampung batik Laweyan.

Selain kegiatan Selawenan, komunikasi internal antar anggota FP-KBL juga terjadi secara informal pada acara-acara yang dilaksanakan di Kampung Batik Laweyan, komunikasi informal biasanya terjadi karena adanya kedekatan lokasi perusahaan maupun kedekatan hubungan antara pengusaha, yang dimana di Laweyan terdapat banya pengusaha dengan pengusaha lain yang mempunyai hubungan persaudaraan.

B. Dimensi-Dimensi Komunikasi Eksternal pada Organisasi Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan (FP-KBL)

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak luar organisasi. Komuniaksi eksternal terdiri atas dua jalur, yakni dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organsiasi. Komunikasi dari organsiasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidak-tidaknya hubungan batin. Komunikasi organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti majalah organisasi, *press release*, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, pidato televisi, film dokumenter, brosur, leaflet, poster, konferensi

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

pers (Effendy, 2006 : 128-129). Media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak eksternal suatu organisasi. Komunikasi FP-KBL kepada khalayak sendiri dapat melalui beberapa media yakni:

a. Brosur

Brosur digunakan sebagai sebuah alat publikasi resmi dari FP-KBL yang berbentuk cetakan, berisi berbagai informasi mengenai sebuah produk, kegiatan, layanan, program dan sebagainya. Dibagikan secara gratis kepada masyarakat dengan tujuan utnuk memperkenalkan lebih jelas dan rinci untuk membantu upaya pemasaran ataupun *marketing public relations*.

b. Baliho

Baliho merupakan suatu sarana atau media berpromosi yang memiliki unsur memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Baliho biasanya dipasang di sudut-sudut strategis suatu kawasan, di Laweyan sendiri terdapat dua titik pemasangan baliho. Dalam komunikasi eksternal pada FP-KBL juga menggunakan baliho sebagai media untuk mengkomunikasikan informasi, kegiatan acara yang sedang berlangsung di kampung batik Laweyan.

c. Papan pengumuman

Papan pengumuman merupakan sebuah media informasi kempung yang biasanya terletak di tempat-tempat strategis di suatu kampung/kawasan, papan pengumuman biasanya berisi mengenai informasi terbaru yang berkaitan dengan kampung/kawasan pada khususnya, maupun informasi mengenai kota Solo pada umumnya.Di Kampung Batik Laweyan terdapat kurang lebih 10 papan pengumuman yang ditempel pada shelter peristirahatan yang tersebar dari timur hingga barat kawasan. Papan ini dipergunakan untuk menempel

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

informasi umum yang dapat di baca siapa saja yang berkunjung di Kampung Laweyan dan melintas di Laweyan.

d. Internet

Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan telah memiliki sebuah webiste yang berisikan banyak informasi mengenai Kampung Batik Laweyan, mulai dari testimoni dari wisatawan yang pernah berkunjung di Laweyan, info wisata, kursus, industri dan gerai batik di Laweyan, kuliner khas kota Solo, cagar budaya di Laweyan. Website FP-KBL beralamatkan di http://*Kampoeng*batiklaweyan.org/.

e. Media sosial

Pada komunikasi FP-KBL dengan publik eksternal organisasi, media sosial memegang peran penting dalam penyebaran informasi untuk melancarkan komunikasi eksternal sebuah organisasi. Media massa mempunyai kemampuan untuk menyebarkan informasi secara serempak dalam jumlah yang relatif banyak. FP-KBL mempunyai akun media sosial (instagram: @festival.laweyan) yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan kepada masayarakat luas.

Kesimpulan

Seperti yang dikemukakan di bagian awal, penelitian ini bermaksud hendak mengetahui tentang dimensi-dimensi komunikasi yang ada pada Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan Kota Surakarta, dari serangkaian data yang diperoleh di lapangan serta analisis yang dilakukan, maka penelitian ini berkesimpulan bahwa:

A. Dimensi-Dimensi Komunikasi Internal pada Organisasi Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FP-KBL)

Pada penyampaian pesan ke bawah, komunikasi ke bawah pada umumnya disampaikan melalui sejumlah forum dan rapat. Penyampaian pesan ke bawah utamanya dilakukan pada acara *Selawenan*, *Selawenan* merupakan satu-satunya kegiatan di Laweyan

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

yang berjalan secara musyawarah kampung.Sama halnya dengan komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas utamanya terjadi pada kegiatan rutin FP-KBL seperti Selawenan dan rapat rutin lainnya. Namun di luar forum tersebut seorang anggota diperbolehkan, bahkan menurut para informan, sangat diperbolehkan untuk setiap saat menghubungi pengurus FP-KBL apabila ada hal yang ingin disampaikan atau ditanyakan terkait dengan tugas yang sedang dikerjakan.Komunikasi horizontal pada organisasi Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan terjadi dalam berbagai tipe. Pertama, Selawenan. Forum-forum berformat pertemuan ini mempertemukan para pengusaha, sehingga memungkinkan pula terjadi komunikasi horizontal di antara para anggota. Kedua, komunikasi informal. Komunikasi informal muncul dari interaksi antar individu saat kegiatan kampung yang lain, komunikasi dengan saudara sesama pengusaha.

B. Dimensi-Dimensi Komunikasi Eksternal pada Organisasi Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FP-KBL)

Komunikasi organisasi FP-KBL kepada khalayak melalui beberapa bentuk media masa seperti, brosur, papan pengumuman yang tersebar di beberapa lokasi di Kawasan Kampung batik Laweyan, baliho, internet, penggunaan website dimulai dari awal terbentuknya FP-KBL agar bisa di akses masyarakat luas, media sosial, yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

Daftar Pustaka

Bungin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta; Rajawali Pers.

Effendy, Onong Uchjana.2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations,Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhammad, Arni. 2015. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo.

Sutopo, H.B.2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta; Sebelas Maret University Press.

Wahyono, Tugas dkk. 2014. *Perempuan Laweyan dalam Industri Batik di Surakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya Yogyakarta.