Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 33512-33521

Analisis Komunikasi Organisasi Pada OI (Orang Indonesia) Kota Semarang

Natalia Sari Pujiastuti[1], Winda Dwi Klarisa[2], Vellisca Eri Puspita[3], Nasywa Faridatussalima[4], Izzatunnisa Isnaeni[5], Yulius Ranu Mahendra[6], dan Qonita Rohadhatul Aisysaptyadi[7]
[1-7] Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang.
Corresponding Author: natalia@usm.ac.id, klarisawinda06@gmail.com, velliscaaa@gmail.com, nasywafarida22@gmail.com, izzatunnis23@gmail.com, yuliusranumahendra@gmail.com, qonitatata87@gmail.com

Published: November , 2025

ABSTRAK
Fokus pada penelitian ini adalah analisis pada pola organisasi di OI (Orang Indonesia) dengan tujuan penelitian guna memahami bagaimana budaya organisasi memberikan pengaruh pada efektivitas komunikasi serta proses regenerasi anggotanya. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif di mana teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung dan dokumentasi pada organisasi. Penelitian ini memberikan hasil bahwa pola komunikasi yang berkembang di OI Semarang cenderung menyerupai pola roda (wheel). Pada pola ini, arus informasi dan pengambilan keputusan lebih banyak terpusat pada ketua atau anggota senior. Dengan adanya kondisi tersebut maka membuat interaksi horizontal antaranggota menjadi terbatas, terutama antara generasi yaitu generasi muda dan yang lebih tua. Bukan hanya itu, budaya organisasi di OI Semarang masih cukup konservatif yang artinya belum sepenuhnya mendukung inovasi maupun partisipasi aktif dari anggota muda. Dengan adanya temuan penelitian berikut, penelitian ini memberikan saran agar organisasi menerapkan pola komunikasi yang lebih terbuka yaitu semua channel (*all-channel*), yang dimana memanfaatkan media digital dengan optimal serta membangun budaya organisasi sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan studi komunikasi organisasi khususnya pada OI (Orang Indonesia) Semarang.

Kata Kunci: komunikasi organisasi, pola komunikasi, budaya organisasi, organisasi sosial, Komunikasi.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN
Komunikasi organisasi mempunyai peran sangat penting dalam mengatur hubungan, kerja sama serta pertukaran informasi di antara para anggota dalam kelompok. Apabila komunikasi dapat berjalan secara efektif maka setiap individu dapat memahami tugas serta tanggung jawab secara menyeluruh dalam berorganisasi. Wiryanto (2020) memberikan penjelasan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah proses penyampaian pesan antar anggota dalam mencapai tujuan bersama. Komunikasi organisasi adalah suatu proses dalam penyampaian pesan antaranggota di mana antaranggota itu saling bergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan bersama. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya sebatas pertukaran informasi, tetapi juga suatu dasar efektivitas, keterpaduan, dan kelancaran organisasi. Sebaliknya, apabila komunikasi tidak terjalin dengan baik dan sistemnya kurang jelas, maka dapat menyebabkan organisasi mendapatkan kesalahpahaman, disfungsi koordinasi dan hambatan dalam mencapai tujuan.

Jika dilihat secara umum, komunikasi organisasi bisa dipahami sebagai sebuah proses strategis, suatu pertukaran pesan, baik secara formal ataupun informal yang dapat menghubungkan berbagai tingkatan dan fungsi dalam suatu organisasi. Tujuan dari hal tersebut adalah guna mencapai suatu keselarasan antara pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan bersama. Jika mekanisme

komunikasi organisasi berjalan dengan optimal, maka hal ini dapat mendorong partisipasi anggota serta memperkuat rasa kebersamaan. Selain itu juga dapat menemukan inovasi dalam pelaksanaan misi organisasi. Namun, apabila komunikasi organisasi terhambat, karena alur penyampaian informasi yang terbatas, atau aturan komunikasi yang terlalu kaku, atau budaya yang kurang terbuka, maka dapat menurun untuk adaptasi serta keberlanjutannya. (Mawadda et al., 2022).

Organisasi OI (Orang Indonesia) merupakan suatu komunitas sosial yang lahir dari penggemar karya serta nilai yang diperjuangkan oleh musisi Iwan Fals. Salah satu organisasi ini ada di kota Semarang yang digunakan sebagai wadah bagi anggota untuk mengekspresikan diri sekaligus mempererat solidaritas sosial. Para anggota bukan hanya berbagi ketertarikan terhadap musik Iwan Fals, tetapi juga aktif dalam kegiatan sosial, contohnya seperti bakti sosial, aksi kemanusiaan, sampai kesadaran isu-isu masyarakat. Dengan adanya hal tersebut, komunikasi memberikan peran yang sangat banyak karena merupakan suatu elemen penghubung antara anggota dengan latar belakang yang beragam. Dengan adanya komunikasi yang baik, maka dapat menjalin koordinasi secara efektif dan kebersamaan yang terbangun di antara anggota. Pola komunikasi yang berjalan dengan baik, maka dapat memberikan pesan arahan dan informasi kepada anggota secara jelas, jadi hal ini dapat memberikan kontribusi kelancaran pada pelaksanaan yang direncanakan organisasi.

Organisasi OI (Orang Indonesia) adalah objek dari penelitian ini karena organisasi tersebut mempunyai karakteristik yang relevan serta unik untuk dikaji dengan analisis komunikasi organisasi. Organisasi ini juga terbentuk oleh penggemar karya serta nilai-nilai yang diperjuangkan oleh musisi Iwan Fals sehingga anggota terikat dengan adanya kesamaan dan nilai budaya yang dianut. Selain berfokus pada kegiatan yang berhubungan dengan musik, OI juga aktif dalam penyelenggaraan kegiatan sosial seperti bakti sosial, aksi kemanusiaan, dan kampanye masyarakat. Kegiatan tersebut memberikan koordinasi dan pola komunikasi yang efektif untuk anggotanya sehingga keberagaman latar belakang baik dari segi usia, pekerjaan, ataupun pengalaman sosial memberikan suatu hal yang kompleks sekaligus menarik untuk diteliti. Jika ditinjau lebih mendalam, organisasi OI juga suatu organisasi sosial nonformal sehingga penelitian ini memberikan peluang untuk memahami bagaimana praktik komunikasi organisasi di luar konteks kelembagaan formal. Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat berkontribusi pada pengembangan komunikasi organisasi khususnya di organisasi sosial di Indonesia.

Dengan adanya latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan untuk analisis komunikasi organisasi di OI Semarang. Tujuan utama dari adanya penelitian ini adalah guna memahami bagaimana pola komunikasi dibentuk di antara anggota organisasi, dan bagaimana pesan-pesan tersebut dapat disampaikan baik dari pengurus ke anggota, ataupun anggota pengurus, serta faktor yang mempengaruhi dari komunikasi tersebut. Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan muncul adanya pemahaman lebih mendalam terkait komunikasi di dalam organisasi sosial nonformal. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi organisasi secara lebih luas. Jadi, bukan hanya secara segi teoretis, namun temuan penelitian ini juga diharapkan bermanfaat secara praktis untuk acuan bagi organisasi lain dalam berorganisasi.

Penelitian ini penting karena dapat membantu memberikan penjelasan komunikasi dalam memberikan peran kerjasama di dalam suatu organisasi. Selain itu, melalui penelitian ini juga pembaca diharapkan bisa memahami cara organisasi dalam berkomunikasi dengan adanya hambatan ataupun peraturan yang ada. Selain itu juga, penelitian ini hasilnya dapat dijadikan pertimbangan bagi organisasi dalam memperbaiki komunikasi mereka.

KAJIAN TEORITIS

Organisasi

Organisasi bisa dipahami sebagai suatu wadah yang terdiri atas sekelompok orang yang kerja sama dalam mencapai suatu tujuan bersama. Keberhasilan sebuah organisasi juga bergantung pada kualitas setiap kinerjanya. Oleh karena itu, menjadi hal yang penting bagi suatu organisasi untuk terus memberikan pengembangan serta peningkatan kinerja individu di setiap kinerjanya. Kinerja sendiri bisa diartikan sebagai hasil kerja atau pencapaian seseorang dalam melaksanakan tugas selama periode tertentu yang ditentukan oleh organisasi. Kinerja yang tidak baik bukan hanya mencerminkan kemampuan individu, tetapi juga memberikan kontribusi langsung terhadap produktivitas dan efektivitas organisasi. Sehingga, dalam hal ini, pimpinan perlu memberikan perhatian khusus terhadap upaya peningkatan kemampuan, motivasi serta semangat antaranggotanya supaya meminimalisir kesalahan dalam suatu organisasi (Dunggio, 2020).

Setiap organisasi mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, yang di mana hal tersebut membedakan organisasi satu dengan organisasi lainnya. Karakteristik ini menjadi sebuah identitas dan keunikan dari organisasi tersebut. Ciri khas tersebut dikenal sebagai budaya organisasi, yang dimana mereka mengangkat nilai norma keyakinan, serta pola perilaku yang mengatur cara individu maupun kelompok berinteraksi dalam menyelesaikan tugas sesuai dengan ketentuan dan budaya mereka. Budaya organisasi juga perlu dipahami, dihayati, dan dijalankan oleh seluruh anggota supaya dapat tercipta keselarasan serta komitmen dalam mencapai tujuan organisasi (Dunggio, 2020).

Teori Pola Komunikasi Organisasi

Pola komunikasi organisasi digambarkan sebagai sebuah alur pertukaran informasi antar anggota di mana hal tersebut dapat membentuk struktur jaringan komunikasi dalam suatu organisasi. Pola komunikasi yang efektif dapat memberikan koordinasi yang baik, mengurangi kesalahpahaman, serta memastikan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawab yang diberikan oleh suatu organisasi (Puspitasari & Agustina, 2023),

Selain itu, pola komunikasi juga mencerminkan hubungan sosial, budaya, dan hierarki di dalam organisasi, sehingga mempengaruhi cara anggota menerima, memproses, dan menindaklanjuti informasi. Dengan memahami pola komunikasi, organisasi bisa menyesuaikan strategi penyampaian pesan agar lebih efisien dan sesuai dengan karakter anggota. Berdasarkan pandangan Fred C. Lunenburg, ada lima pola komunikasi utama yang biasanya diterapkan. (Puspitasari & Agustina, 2023), yaitu:

1. Pola Roda (*Wheel*): Dalam pola ini, semua arus informasi berpusat pada satu orang, biasanya pemimpin. Anggota lain tidak bisa langsung berkomunikasi satu sama lain, melainkan harus lewat pemimpin tersebut. Akibatnya, komunikasi menjadi sangat terpusat dan cenderung bersifat otoriter. Pola ini cocok untuk organisasi yang butuh pengambilan keputusan cepat dan pengawasan ketat, meskipun berpotensi membatasi kreativitas serta partisipasi anggota.

2. Pola Lingkaran (*Circle*): Dalam pola ini, setiap anggota bisa berkomunikasi secara sejajar dengan anggota di sekitarnya, sehingga membentuk semacam lingkaran. Tidak ada satu orang pun yang mendominasi jalannya komunikasi. Pola ini cukup efektif untuk kelompok kecil atau organisasi dengan struktur yang setara, karena bisa mendorong kolaborasi dan keterlibatan semua anggota. Namun, kalau jumlah anggota terlalu banyak, komunikasi bisa jadi kurang efisien karena pesan harus disampaikan melalui beberapa tahap atau urutan tertentu.

3. Pola Rantai (*Chain*): Pola ini menggambarkan aliran komunikasi yang berlangsung secara berurutan dari satu individu ke individu berikutnya, menyerupai rantai. Pola tersebut efektif untuk penyampaian instruksi formal atau pekerjaan yang memerlukan tahapan sistematis. Akan tetapi,

apabila rantai komunikasi terlalu panjang, kemungkinan terjadinya distorsi atau kesalahan penyampaian pesan akan meningkat. Pola ini menekankan keteraturan, namun kurang mendukung pertukaran gagasan atau diskusi kreatif.

4. Pola Huruf Y (*Y*): Pola ini merupakan kombinasi antara *Wheel* dan *Chain*. Informasi berawal dari satu pusat, kemudian menyebar melalui beberapa cabang. Pola ini sesuai untuk organisasi yang memiliki beberapa divisi atau tim kecil. Setiap cabang menerima arahan dari pusat, tetapi juga dapat melakukan koordinasi internal di antara sesamanya. Keunggulannya terletak pada adanya kendali dari pusat sekaligus fleksibilitas aliran informasi ke berbagai arah.

5. Pola Semua Saluran (*All Channel*): Dalam pola ini, seluruh anggota memiliki kesempatan untuk berkomunikasi langsung tanpa batasan hierarki. Pola ini mendorong kerja sama, kreativitas, serta partisipasi aktif karena setiap individu dapat menyampaikan gagasan dan pendapatnya secara terbuka. Umumnya, pola ini diterapkan dalam kegiatan seperti rapat, diskusi, atau tim kreatif. Keunggulannya ialah proses komunikasi yang cepat dan transparan, meskipun memerlukan kedisiplinan agar tidak menimbulkan kekacauan informasi.

Teori Budaya Organisasi

Budaya organisasi sendiri diartikan sebagai fondasi yang dapat menopang identitas, keharmonisan, serta kesuksesan suatu organisasi. Budaya ini merupakan suatu prinsip, nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang dipercayai dan dijalankan oleh seluruh anggota organisasi dalam aktivitas sehari-hari. Budaya organisasi juga merupakan suatu penentu supaya cara anggota berinteraksi, mengambil keputusan serta merespon suatu perubahan ataupun tantangan di lingkungan internal maupun eksternal sesuai dengan ketentuan organisasi. Dengan adanya budaya yang kuat, organisasi mampu memberikan rasa kebersamaan serta motivasi kepada setiap individu agar memiliki tanggung jawab dalam mendukung tujuan bersama. Bukan hanya itu, organisasi adalah cerminan nilai yang diyakini organisasi dan menjadi pedoman dalam membentuk pola komunikasi, perilaku, serta konsisten dalam berorganisasi (Taufiq, 2024).

Budaya organisasi menjadi suatu kerangka nilai yang dapat membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya sehingga terbentuk perpaduan budaya dan perilaku serta norma dalam filosofi bersama. Budaya yang positif dapat memberikan motivasi, komitmen, serta kesetiaan anggota terhadap organisasinya. Selain itu, budaya organisasi juga mencerminkan prinsip serta gaya hidup yang dianut oleh kelompok organisasi sehingga nantinya diikuti oleh setiap anggotanya (Putri et al., 2024).

Adapun indikator dari budaya organisasi yang di mana dapat dijadikan parameter atau tanda-tanda yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, serta menganalisis budaya yang dianut oleh organisasi. Indikator ini dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana nilai, norma, serta perilaku yang dibentuk dalam lingkungan kerja. Menurut Sulaksono (2015) dalam (Putri et al., 2024), indikator budaya organisasi meliputi beberapa aspek berikut:

1. Fokus pada inovasi dan pengelolaan risiko: Organisasi yang baik adalah suatu organisasi yang berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan dalam pengembangan ide, metode, ataupun strategi yang sudah direncanakan dalam mencapai keberhasilan. Fokus pada inovasi di sini artinya adalah organisasi bisa memberikan kesempatan pada setiap anggota untuk berpikir kreatif, mencoba hal baru, dan menghargai setiap pendapat. Namun, setiap langkah juga diperlukan adanya analisis akan resiko yang terjadi, sehingga dapat meminimalisir kegagalan. Dengan hal ini, organisasi bukan hanya bisa memberikan penyesuaian diri pada perubahan, tetapi juga menciptakan peluang pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.

2. Pencapaian Hasil yang Tepat: Organisasi harus memiliki suatu tujuan yang jelas dan fokus dalam mencapai target yang diinginkan, yang artinya hal ini dapat terukur. Setiap kegiatan perlu

direncanakan dengan baik, sehingga dapat memberikan analisis indikator keberhasilan serta evaluasi yang transparan. Organisasi yang berorientasi pada hasil akan memastikan setiap anggotanya berkontribusi nyata dalam mencapai tujuan bersama. Hal ini juga dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab, karena setiap anggota sadar akan kinerja setiap anggotanya dalam mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan.

3. Kepedulian terhadap Kepentingan Karyawan: Kepedulian organisasi dapat dilihat dari adanya organisasi yang memperhatikan kebutuhan serta kesejahteraan anggotanya. Bentuk kepedulian ini bisa berupa adanya bimbingan, pelatihan, ataupun fasilitas yang mendukung dalam berorganisasi. Dengan adanya hal tersebut, maka setiap anggota merasa dihargai dan termotivasi untuk menjadi lebih baik. Hal ini bukan hanya meningkatkan semangat dan loyalitas, tapi juga membuat anggota lebih kreatif dan bertanggung jawab secara optimal.

4. Keterperincian dalam Pelaksanaan Tugas: Organisasi memberikan penekanan pentingnya ketelitian serta tanggung jawab pada setiap pekerjaan, karena setiap anggota diharapkan dapat mengerjakan tugasnya dengan baik, mengatur waktu dengan efisien, serta memeriksa kembali sebelum kinerjanya diserahkan. Sikap teliti dan terperinci dapat mengurangi adanya kesalahan serta meningkatkan kualitas dalam efisiensi kerja. Dalam hal ini, perhatian terhadap detail juga memberikan sikap profesionalisme untuk memperkuat kepercayaan dalam bekerja di organisasi.

Dengan adanya hal tersebut, maka budaya organisasi menjadi suatu bagian yang sangat penting dalam menggerakkan perilaku dan kinerja setiap anggotanya. Budaya organisasi yang sehat dan fleksibel bisa menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, serta memajukan inovasi dan keberhasilan dalam jangka panjang.

Penelitian Terdahulu

Penelitian berjudul "Pola Jaringan Komunikasi Organisasi pada PT Havara Ruhama Ramadhani di Tangerang Selatan" (Mahmud & Swarnawati, 2020) Penelitian ini menemukan bahwa organisasi menggunakan beberapa pola jaringan komunikasi, seperti *wheel*, *circle*, *Y*, dan *all-channel*. Dalam jaringan tersebut, ada beberapa peran penting seperti *opinion leader* dan *gatekeeper* yang berpengaruh terhadap bagaimana informasi mengalir antaranggota. Fokus penelitian ini ada pada cara pola komunikasi terbentuk dan bagaimana pesan disampaikan di dalam organisasi. Namun, sejauh ini masih belum banyak penelitian yang membahas secara mendalam mengenai pengaruh pola komunikasi terhadap keterlibatan anggota muda atau keberagaman latar belakang dalam organisasi nonformal yang berfokus pada kegiatan atau event.

Penelitian berjudul "Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Nonprofit dalam Sosialisasi Perubahan Visi dan Misi Organisasi" (Rahmawati, 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui *focus group discussion* online dan kegiatan *gathering* nasional terbukti cukup efektif dalam mensosialisasikan perubahan visi dan misi organisasi nonprofit. Fokus utama penelitian ini ada pada strategi komunikasi yang digunakan oleh pimpinan serta media yang dipakai dalam proses penyampaian informasi. Namun, masih ada celah penelitian yang belum banyak dibahas, yaitu terkait pola komunikasi antaranggota biasa dan bagaimana budaya organisasi di tingkat lokal dapat mempengaruhi efektivitas proses sosialisasi tersebut.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi Organisasi Prodi KPI IAI Al-Aziziyah Samalanga Bireuen Aceh" (Munawir, 2023). Penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi dalam organisasi cenderung bersifat *downward*, yaitu lebih banyak mengalir dari atasan ke bawahan. Kondisi ini membuat partisipasi anggota dalam komunikasi horizontal menjadi terbatas. Fokus penelitian ini terletak pada pola komunikasi formal dan jaringan informasi di dalam organisasi. Namun, masih terdapat celah penelitian karena kajian yang ada umumnya berfokus pada konteks organisasi formal, sehingga dinamika komunikasi dalam organisasi sosial nonformal belum banyak dieksplorasi.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi pada Lembaga Pendidikan Islam" (Mawadda et al., 2022) Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi formal maupun informal memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Namun, penerapan budaya komunikasi yang mendorong inovasi masih tergolong rendah. Fokus penelitian ini berada pada hubungan antara interaksi formal informal dan budaya organisasi. Sementara itu, *research gap* yang ditemukan adalah masih terbatasnya data empiris di lapangan serta belum adanya kajian yang mendalam mengenai keterlibatan generasi muda dalam konteks tersebut.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan dan Pegawai Diskominfotik Kabupaten TTU" (Mauk et al., 2023). Penelitian ini menemukan adanya variasi pola komunikasi seperti *wheel*, *Y*, *chain*, dan *all-channel* yang berpengaruh terhadap efisiensi penyampaian informasi di dalam organisasi. Fokus penelitian ini terletak pada struktur komunikasi dan saluran informasi antarpegawai. Namun, masih ada celah penelitian karena studi semacam ini belum banyak diterapkan pada organisasi nonformal yang memiliki keanggotaan lebih beragam.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Solidaritas Anggota IMMALA Kupang" (Seran et al., 2023) Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi formal dan informal memiliki peran penting dalam menjaga solidaritas antaranggota organisasi. Namun, pemanfaatan media digital dalam proses komunikasi masih tergolong terbatas. Fokus penelitian ini ada pada hubungan sosial dan jaringan komunikasi antaranggota. Sementara itu, *research gap* yang ditemukan adalah masih minimnya perhatian terhadap keterlibatan generasi muda serta keberagaman latar belakang anggota dalam dinamika komunikasi organisasi.

Penelitian berjudul *"Organizational Communication Patterns in Increasing Work Motivation of Employees of PT. Inalum*" (Damanik & Alfikri, 2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang positif berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan. Fokus penelitian ini berada pada hubungan antara komunikasi organisasi dan motivasi kerja. Namun, masih terdapat celah penelitian karena belum banyak kajian yang menelaah pola jaringan komunikasi atau budaya organisasi yang dapat mempengaruhi keterlibatan anggota dalam konteks organisasi nonformal.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi di Kantor Camat Tamalate Kota Makassar" (Asmaningsih & Syukri, 2022). Penelitian ini menemukan bahwa dominasi pemimpin memiliki pengaruh terhadap cara karyawan berkomunikasi serta tingkat efisiensi kerja di dalam organisasi. Fokus penelitian ini menitikberatkan pada struktur komunikasi formal dan mekanisme kontrol informasi. Namun, masih terdapat celah penelitian karena belum banyak kajian yang menyoroti aspek kreativitas anggota serta partisipasi generasi muda dalam dinamika komunikasi organisasi.

Penelitian berjudul "Strategi Pola Komunikasi Kepemimpinan IMM Cabang Binjai dalam Membangun Persatuan Anggota" (Sitompul & Abidin, 2023). Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi kepemimpinan yang strategis dapat memperkuat rasa persatuan dan meningkatkan keterlibatan anggota dalam organisasi. Fokus penelitian ini terletak pada strategi komunikasi yang dijalankan oleh pemimpin. Namun, masih terdapat celah penelitian karena belum banyak kajian yang menyoroti organisasi dengan anggota yang beragam dari segi usia maupun latar belakang sosial.

Penelitian berjudul "Pola Komunikasi Organisasi dalam Pengelolaan Media Sosial Lembaga Nonprofit" (Wulandari & Swarnawati, 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat mempercepat aliran informasi dan meningkatkan partisipasi anggota dalam organisasi. Namun, penggunaan platform digital masih sebatas pada fungsi dokumentasi kegiatan. Fokus penelitian ini ada pada komunikasi digital organisasi dan tingkat keterlibatan anggota. Sementara itu, *research gap* yang ditemukan adalah belum adanya kajian menyeluruh yang membahas hubungan antara budaya organisasi, proses regenerasi anggota, serta pola komunikasi dalam organisasi sosial nonformal.

Secara keseluruhan, hasil dari berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi, baik yang bersifat formal maupun informal, memiliki peran penting dalam menjaga koordinasi, meningkatkan keterlibatan anggota, serta memperlancar penyampaian informasi. Variasi pola komunikasi seperti *wheel*, *circle*, *Y*, dan *all-channel*, serta peran pemimpin atau anggota kunci, turut memengaruhi bagaimana informasi disebarkan dan bagaimana keputusan diambil dalam organisasi. Meskipun begitu, masih terdapat kekurangan dalam penelitian-penelitian yang ada, karena sebagian besar subjek yang dikaji berasal dari organisasi formal atau lembaga pendidikan. Penelitian mengenai organisasi sosial nonformal masih relatif terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian yang dapat menggabungkan pembahasan mengenai pola komunikasi dan budaya organisasi untuk memahami dinamika komunikasi serta keberlanjutan organisasi secara lebih menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis literatur serta pendekatan konseptual dalam memahami pola komunikasi dan budaya organisasi OI (Orang Indonesia) Semarang. Pendekatan ini bersifat deskriptif konseptual dikarenakan fokus pada penelitian yang terletak dalam upaya menggambarkan fenomena komunikasi organisasi didasarkan pada teori, konsep, serta temuan penelitian terdahulu dan wawancara kepada pihak OI. Objek pada penelitian ini adalah organisasi OI Semarang sebagai suatu organisasi sosial nonformal. Untuk subjek pada penelitian ini meliputi sumber tertulis seperti dokumen, literatur, artikel, serta catatan kegiatan organisasi yang berkaitan dengan pola komunikasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka yaitu menelaah buku, jurnal, artikel, serta dokumen yang berkaitan. Proses ini juga diperkuat dengan adanya penelusuran dokumen internal seperti laporan kegiatan, serta arsip organisasi untuk memvalidasi hasil dari observasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis konten deskriptif yaitu mengkategorikan informasi yang ditemukan didasarkan pada pola komunikasi serta budaya organisasi. Dengan cara ini, maka penelitian diharapkan bisa memberikan gambaran dalam berorganisasi sosial nonformal.

Hasil Penelitian

OI (Orang Indonesia) Semarang, yang berdiri sejak 27 Juli 2002, saat ini menghadapi tantangan terkait regenerasi anggota. Awalnya, organisasi ini memiliki sekitar 120 anggota aktif dari berbagai kelompok usia. Namun, beberapa tahun terakhir, partisipasi generasi muda menurun cukup signifikan. Penurunan ini dipengaruhi oleh perubahan tren sosial, meningkatnya kesibukan anggota, serta kurangnya strategi kaderisasi yang jelas untuk menarik dan melibatkan anggota baru.



Gambar 1 Kegiatan Organisasi OI (Orang Indonesia) Semarang

Dari hasil pengamatan, OI Semarang masih sangat mengandalkan anggota senior dalam menjalankan berbagai kegiatan. Proses rekrutmen anggota baru biasanya berlangsung secara spontan, misalnya melalui rekomendasi anggota lama atau partisipasi dalam kegiatan sosial. Sayangnya, organisasi belum memiliki sistem kaderisasi formal, pelatihan rutin, atau program pembinaan khusus untuk menarik dan mempertahankan minat generasi muda. Akibatnya, sebagian besar kegiatan dijalankan oleh anggota berusia 30 sampai 45 tahun.

OI (Orang Indonesia) Semarang sering mengadakan berbagai kegiatan untuk mempererat hubungan antaranggota dan menumbuhkan rasa kebersamaan. Salah satu kegiatan yang rutin diadakan adalah acara anniversary. Pada acara ini, ada pertunjukan live music yang melibatkan anggota sendiri, baik dari band internal maupun tamu undangan. Selain sebagai hiburan, kegiatan ini juga menjadi ajang untuk memperkuat tali solidaritas serta membuka ruang interaksi antaranggota. Dengan adanya kegiatan ini, maka dapat menumbuhkan semangat serta kebersamaan dalam organisasi. Lewat partisipasi yang aktif, kegiatan seperti ini dapat memperlihatkan bahwa komunikasi antar pengurus dan anggota berjalan cukup baik, serta anggota baru punya kesempatan untuk lebih terlibat dalam kegiatan organisasi.



Gambar 2 Kegiatan Anniversary Organisasi OI (Orang Indonesia)

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial OI Semarang untuk saat ini masih terbatas dalam memberikan dokumentasi kegiatan tanpa adanya strategi komunikasi digital yang jelas. Sehingga dalam kondisi ini membuat citra komunikasi organisasi terlihat kurang efektif, terutama bagi anggota muda yang tertarik untuk berkreativitas. Kurangnya regenerasi anggota juga memberikan dampak pada produktivitas organisasi, yaitu dapat dilihat berkurangnya jumlah kegiatan tahunan serta menurunnya aktivitas eksternal organisasi.

Permasalahan regenerasi ini bukan hanya pada soal perekrutan anggota baru, namun juga menunjukkan lemahnya komunikasi internal dan pengelolaan sumber daya manusia. Ketiadaan program mentoring antaranggota membuat proses komunikasi dan transfer pengetahuan serta nilai organisasi menjadi kurang optimal. Jika kondisi tidak segera diperbaiki dan strategi komunikasi tidak ditingkatkan, keberlangsungan organisasi dapat terhambat.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dapat dilihat dari teori pola komunikasi organisasi bahwa OI Semarang cenderung mengikuti pola *Wheel* di mana arus informasi dan pengambilan keputusan lebih banyak terpusat pada anggota senior dan ketua organisasi. Sehingga dalam hal ini, anggota yang berada di pusat memiliki peran pengendalian utama dalam kegiatan serta penyampaian informasi. Sementara jika dilihat pada anggota lain, umumnya hanya menerima informasi tanpa banyak

memberikan masukan. Proses rekrutmen anggota baru juga biasanya berlangsung secara spontan melalui rekomendasi anggota lama, sehingga mereka yang bergabung umumnya sudah memiliki hubungan pribadi dengan organisasi. Dengan adanya hal itu, kegiatan organisasi lebih banyak dijalankan oleh anggota yang berusia 30 hingga 45 tahun. Sehingga hal ini menunjukkan dominasi kelompok senior dalam menentukan arah dan pelaksanaan program.

Kondisi ini memberikan petunjuk bahwa komunikasi OI Semarang masih cukup terpusat dan kurang melibatkan anggota secara aktif, terutama pada anggota yang masih muda. Komunikasi langsung antaranggota juga masih terbatas, sehingga pola all-channel yang seharusnya mendorong kolaborasi dan keterbukaan masih belum diterapkan secara keseluruhan. Padahal jika pola tersebut lebih terbuka dijalankan, keterlibatan anggota muda bisa lebih terbiasa dengan media digital serta koordinasi secara signifikan

Jika dilihat dari sisi lain budaya organisasi, OI Semarang memberikan petunjuk bahwa budaya tersebut masih konservatif dan masih bergantung pada arahan senior. Hal ini dapat dilihat dengan adanya struktur tidak resmi yang memberikan senior sebagai pengambil keputusan, serta belum tersedianya pembinaan yang jelas bagi anggota muda. Dengan adanya hal tersebut, perhatian terhadap kebutuhan generasi muda masih terbatas, sehingga belum ada program mentoring atau mekanisme pengetahuan yang teratur.

Selain itu, semangat inovasi di OI Semarang masih cukup rendah. Media sosial organisasi kebanyakan masih dipakai hanya untuk mendokumentasikan kegiatan, belum dimanfaatkan secara kreatif untuk menarik minat generasi muda atau memperluas jangkauan publik. Proses berbagi pengalaman dan keterampilan antaranggota juga belum berjalan maksimal karena belum ada sistem kaderisasi atau pelatihan internal yang jelas. Kondisi ini bisa jadi salah satu alasan regenerasi anggota berjalan lambat dan kelompok senior masih mendominasi organisasi.

Dengan kondisi seperti ini, kombinasi antara pola komunikasi yang terpusat dan budaya organisasi yang cukup konservatif jadi faktor utama rendahnya partisipasi generasi muda. Supaya organisasi tetap bisa berkembang, perlu diterapkan pola komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan kolaboratif, sehingga semua anggota, termasuk generasi muda, bisa ikut berperan aktif dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan. Selain itu, budaya organisasi juga perlu diarahkan supaya lebih inklusif dan inovatif, misalnya dengan memperkuat proses transfer pengetahuan antaranggota secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dengan analisis tersebut, maka OI Semarang menghadapi tantangan yang utama, yaitu mengenai regenerasi anggota, khususnya dalam meningkatkan keterlibatan generasi muda. Pola komunikasi yang ditetapkan pada organisasi ini masih cenderung terpusat pada senior, yaitu menyerupai pola roda dalam *(wheel)*, sehingga komunikasi horizontal antara anggota menjadi lebih terbatas, serta apabila ada anggota baru, partisipasinya masih rendah. Dari sisi budaya organisasi, OI Semarang masih mempunyai karakter yang kurang terbuka terhadap inovasi, serta belum memiliki program mentoring yang terstruktur. Dengan adanya hal tersebut, transfer pengetahuan dan nilai organisasi tidak berlangsung secara optimal. Kombinasi antara pola komunikasi yang terpusat dan budaya organisasi yang kurang inklusif menjadikan penyebab utama rendahnya partisipasi generasi muda. Untuk menjaga keberlangsungan organisasi, diperlukan adanya penerapan pola komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif, serta pembentukan sistem mentoring yang berkesinambungan dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Asmaningsih, Y., & Syukri, S. (2022). Pola Komunikasi Organisasi di Kantor Camat Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J KO)*, *4*(2).

Damanik, R., & Alfikri, I. (2022). Organizational Communication Patterns in Increasing Work Motivation of Employees of PT. Inalum. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(1), 45–55.

Dinata, D. (2024). Pola Komunikasi Organisasi Organisasi Da'i di Universitas Islam Negeri KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam Meningkatkan Solidaritas Keanggotaan. *Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, *2*(3), 79–88.

Dunggio, S. (2020). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai di Kantor Camat Dungingi Kota Gorontalo. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *7*(1), 1–9.

Mahmud, D., & Swarnawati, A. (2020). Pola Jaringan Komunikasi Organisasi pada Havara Organizer PT. Havara Ruhama Ramadhani di Tangerang Selatan. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, *4*(1), 50–60.

Mawadda, F., Hidayat, R., & Putri, A. (2022). Pola Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Dan Komunikasi*, *3*(2), 112–123.

Munawir, M. (2023). Pola Komunikasi Organisasi Prodi KPI IAI Al-Aziziyah Samalanga Bireuen Aceh. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, *10*(1).

Observasi Organisasi OI Semarang. (2025). *Data Hasil Pengamatan Kegiatan Dan Interaksi Anggota*. Dokumentasi Pribadi Peneliti.

Puspitasari, F. I., & Agustina, D. P. (2023). Pola Komunikasi Organisasi Karang Taruna Putra Maulana Mutih Kulon dalam Mempertahankan Solidaritas Anggota. *Calathu:Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(2), 123–131.

Putri, R. D. Z., Yulianti, S., & Anshori, M. I. (2024). Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan; Literature Review. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, *2*(2), 298–310.

Rahmawati, T. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Nonprofit dalam Sosialisasi Perubahan Visi dan Misi Organisasi. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, *5*(1), 54–64.

Seran, J., Maulana, H., & Putra, F. (2023). Pola Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Solidaritas Anggota IMMALA Kupang. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, *5*(2), 88–97.

Sitompul, A. A., & Abidin, S. (2023). Strategi Pola Komunikasi Kepemimpinan IMM Cabang Binjai dalam Membangun Persatuan Anggota. *Journal of Education Research*, *4*(2), 101–110.

Taufik, A. (2024). *Teori Budaya Organisasi: Konsep, Model, Dan Implikasi Untuk Manajemen Organisasi*. ResearchGate.

Wulan, H. S., & Sulandjari, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Manajemen Kinerja Baru pada Perubahan Organisasi di CV. Candi Karya. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *6*(2), 582–593.