

(PERSERO) AREA BANDUNG DALAM KEGIATAN CODE OF CONDUCT**PATTERN NETWORK OF COMMUNICATION ORGANIZATION PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) AREA BANDUNG IN CODE OF CONDUCT ACTIVITY****Rara Ayu Mulia Murti¹, Martha Tri Lestari, S.Sos.,MM², Dini Salmiyah Fithrah Ali, SS., M.Si³**^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung
¹muliamurti@gmail.com, ²martha.djamil@gmail.com, ³dinidjohan@gmail.com**Abstrak**

Komunikasi terjadi dalam suatu situasi tertentu, salah satunya adalah komunikasi organisasi. Dalam suatu organisasi, komunikasi digunakan sebagai alat untuk memperlancar jalannya kegiatan dalam organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perusahaan Listrik Negara (Persero) yang kemudian akan disingkat menjadi PLN (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan tugas utama menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Sebagai perusahaan besar BUMN, PLN (Persero) berkewajiban untuk selalu prima dalam hal kinerja dan pelayanan pelanggan. PLN (Persero) Area Bandung merupakan salah satu kantor Area yang memiliki langkah nyata untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan melakukan penguatan koordinasi antara bagian fungsional dengan membuat kegiatan Code of Conduct yang diadakan di kantor PLN (Persero) Area Bandung setiap minggunya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi organisasi PT. PLN (Persero) Area Bandung dalam kegiatan Code of Conduct. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang akan diuraikan secara deskriptif. Berdasarkan hasil observasi partisipatif dan wawancara mendalam, proses komunikasi dalam kegiatan Code of Conduct berlangsung secara two ways communication dengan arah aliran informasi yang terjadi yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal sehingga pola jaringan komunikasi organisasi yang terbentuk adalah pola jaringan saluran bebas (all channel).

Kata Kunci: *Kegiatan Code of Conduct, Arah Aliran Informasi, Pola Jaringan Komunikasi Organisasi***Abstract**

Communication occurs in a given situation, which one is communication organization. In an organization, communication is used as a tool to facilitate the activities of the organization to achieve its intended purpose. Perusahaan Listrik Negara (Persero) which will then be shortened to PLN (Persero) is a State-Owned Enterprises (SOEs), with the main task of providing electricity to the public interest. As a big company PLN (Persero) is obliged to always excellent in terms of performance and customer service. PLN (Persero) Area Bandung is one Area office that has concrete steps to enhance employee performance by strengthening coordination between the functional part by making Code of Conduct Activity who held at the PLN (Persero) Area Bandung each week. The purpose of this study was to determine the pattern of organizational communication PT. PLN (Persero) Area Bandung in Code of Conduct Activity. This study is a qualitative case study approach will be described descriptively. Based on the results of participant observation and interviews, the process of communication in the activities of the Code of Conduct took place in two-way communication with the direction of flow of information that occurred downward communication, upward communication, and communication horizontally so that the pattern of communication network organization that is formed is a network pattern-free channels (all channels)

Keywords: *Code of Conduct Activity, Directions Flow of Information, Communication Network Organization Patterns***1. PENDAHULUAN**

Sama halnya dengan perusahaan, komunikasi menjadi salah satu faktor yang membantu para anggota organisasi untuk melakukan pembahasan yang berkaitan dengan kelangsungan organisasi. Perusahaan Listrik Negara (Persero) yang akan disingkat menjadi PLN (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan tugas utama menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Sebagai perusahaan besar BUMN, PLN (Persero) memiliki prestasi membanggakan dengan menjadi salah satu perusahaan besar duni versi Majalah Fortune 500 pada tahun 2014 dengan menempati peringkat 477. Namun, prestasi tersebut harus tercoreng dengan sorotan negatif terhadap PLN (Persero), seperti kurangnya pengawasan dan pemeliharaan terhadap jaringan listrik bertegangan listrik tinggi, seringnya

terjadi pemadaman listrik dengan waktu penanganan pemadaman yang dirasa lama, dan terakhir adalah terjadi kenaikan tarif listrik yang terkadang terlalu tiba-tiba dan tidak berorientasi kepada masyarakat kecil. Dengan banyaknya sorotan negatif terhadap PLN (Persero), pada survei tahun 2015 dengan melihat segi kinerja, pelayanan pelanggan, pendapatan, dan penanganan terhadap masalah perusahaan, PLN (Persero) hanya meraih posisi ke-10 dan merupakan hasil yang kurang baik untuk perusahaan besar BUMN yang telah menjadi perusahaan besar dunia.

Dengan hasil survei itu, PLN (Persero) merasa perlu adanya perbaikan diri untuk dapat meningkatkan kinerja, dan pelayanan pelanggan di mana PLN (Persero) selaku perusahaan BUMN dituntut untuk selalu prima dalam hal pelayanan pelanggan. Tentu perbaikan ini harus melibatkan kantor Area dan Unit yang tersebar di seluruh Indonesia karena dalam pelaksanaan tugasnya yang lebih berhubungan dengan pelanggan adalah PLN (Persero) kantor Area dan kantor Unit. PLN (Persero) Area Bandung merupakan salah satu kantor Area yang memiliki langkah nyata untuk meningkatkan kinerja karyawan. PLN (Persero) Area Bandung memiliki suatu kegiatan rutin yang memiliki tujuan awal untuk membentuk karyawan berorientasi terhadap visi dan kinerja unggul. Kegiatan yang menjadi langkah nyata PLN (Persero) Area Bandung dalam meningkatkan kinerja karyawan adalah kegiatan *Code of Conduct*. Kegiatan *Code of Conduct* merupakan kegiatan rutin yang dimiliki PLN (Persero) Area Bandung yang didalamnya melakukan internalisasi tentang pedoman perilaku dan nilai-nilai perusahaan serta melakukan pembahasan terhadap kinerja di mana pembahasan ini adalah bentuk koordinasi antara seluruh bagian fungsional yang ada di PLN (Persero) Area Bandung agar dalam melakukan pekerjaan semua dapat dilakukan dengan baik dan mendapatkan hasil yang baik juga.

Sebagai kegiatan satu-satunya yang mampu mengumpulkan seluruh karyawan dengan tingkatan yang berbeda mulai dari Manajer Area, Asisten Manajer berbagai fungsional, Supervisor berbagai fungsional, dan Fungsional membuat interaksi yang terjadi dalam kegiatan *Code of Conduct* menjadi menarik untuk diteliti. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan meneliti bagaimana proses komunikasi organisasi formal dan komunikasi organisasi informal dengan melihat arah aliran informasi dalam kegiatan *Code of Conduct* untuk nantinya dapat peneliti gambarkan dalam pola jaringan komunikasi organisasi. Oleh karena itu peneliti membuat judul penelitian **“Pola Jaringan Komunikasi Organisasi PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Bandung dalam Kegiatan *Code of Conduct*”**

1.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana pola jaringan komunikasi organisasi yang terbentuk dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Bandung.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Konseptual

2.1.1 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi antara orang-orang dalam jabatan (posisi) yang berada dalam organisasi tersebut.. Komunikasi organisasi meliputi komunikasi interpersonal (percakapan antara atasan dan bawahan), komunikasi publik (presentasi yang dilakukan oleh para eksekutif dalam perusahaan), komunikasi kecil (komunikasi antara rekan kerja dalam satu unit), dan komunikasi dengan menggunakan media (memo internal, e-mail, dan konferensi jarak jauh) (West & Turner, 2012:38)

2.1.2 Arah Aliran Informasi dalam Organisasi

Arah aliran informasi organisasi adalah informasi yang berpindah dari seseorang yang kedudukannya lebih tinggi kepada orang lain yang kedudukannya lebih rendah, dan informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang kedudukannya lebih rendah kepada jabatan yang lebih tinggi, serta informasi yang bergerak di antara orang-orang dalam jabatan atau tingkatan yang sama, dan tidak ketinggalan informasi yang bergerak diantara orang-orang yang tidak menjadi atasan atau bawahan satu sama lainnya. Sehingga menurut Pace dan Faulstich (2006:183) arah aliran informasi adalah komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi informal atau selentingan.

2.1.3 Pola Jaringan Komunikasi Organisasi

Pola jaringan komunikasi dapat dipahami sebagai bentuk atau hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dalam suatu organisasi, pola jaringan komunikasi adalah bagaimana suatu pesan termasuk arus informasi dan instruksi disampaikan secara rinci. Menurut Ruliana (2014:80) terdapat lima jenis pola jaringan komunikasi organisasi, yaitu:

1. Pola jaringan rantai, yaitu pola komunikasi dengan lima tingkatan hierarki sehingga hanya dikenal komunikasi sistem arus ke atas dan sistem arus ke bawah dengan menganut hubungan garis lurus tanpa terjadinya penyaringan.

2. Pola jaringan roda, yaitu pola komunikasi di mana semua laporan, instruksi, perintah kerja dan pengawasan terpusat pada satu orang pemimpin yang memimpin empat bawahan atau lebih dan diantara bawahan tidak dapat terjadi interaksi.
3. Pola jaringan lingkaran, yaitu pola komunikasi di mana semua anggota/staf bisa terjadi interaksi pada setiap tiga tingkatan hierarkinya, tetapi tanpa ada kelanjutannya pada tingkatan yang lebih tinggi dan hanya terbatas pada setiap level.
4. Pola jaringan huruf Y, yaitu pola komunikasi dengan empat level jenjang hierarkinya. Satu supervisor mempunyai dua bawahan dan dua atasan yang mungkin berbeda divisi/departemen.
5. Pola jaringan saluran bebas, yaitu pola komunikasi di mana semua tingkatan dapat melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya.

2.1.4 Code of Conduct

Istilah *Code of Conduct* adalah kode etik yang digunakan dalam bidang keguruan dan keorganisasian yang ditulis dalam bentuk dokumen yang dikeluarkan oleh asosiasi profesional, lembaga pelaksana pengawasan atau lembaga-lembaga profesi lainnya yang bertujuan untuk memberikan bimbingan perilaku bagi para anggotanya, melindungi pengguna jasa, dan menjaga reputasi profesionalitasnya. (Shirley van Nuland,2009:19)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Usaha mendapatkan kebenaran dilakukan dengan menggunakan paradigma. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah interpretatif. Paradigma Interpretatif menurut Nasrullah (2014:163) mempunyai asumsi bahwa kehidupan sosial didasarkan pada interaksi sosial dan sistem makna sosial dibangun bersifat subjektif karena realitas sosial didasarkan pada definisi seseorang tentang hal tersebut.

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Menurut Sugiyono (2014:1), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang akan diuraikan secara deskriptif. Studi kasus (Kriyantono,2009:65) merupakan metode riset untuk menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek seperti individu, kelompok, suatu program, organisasi dan peristiwa secara sistematis. Sementara, menurut Rakhmat (2009:24-25) penguraian secara deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa bukan mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Dalam hal ini data primer adalah observasi partisipatif di mana peneliti masuk ke dalam lingkungan yang akan diteliti dengan menjadi bagian dari karyawan PLN (Persero) Area Bandung. Untuk menguatkan data primer yaitu observasi partisipatif, peneliti melakukan kerja lapangan (magang) selama 2 bulan untuk periode November-Desember 2015. Sedangkan data sekunder adalah wawancara mendalam yang dilakukan peneliti dengan beberapa narasumber yang dianggap mengetahui

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

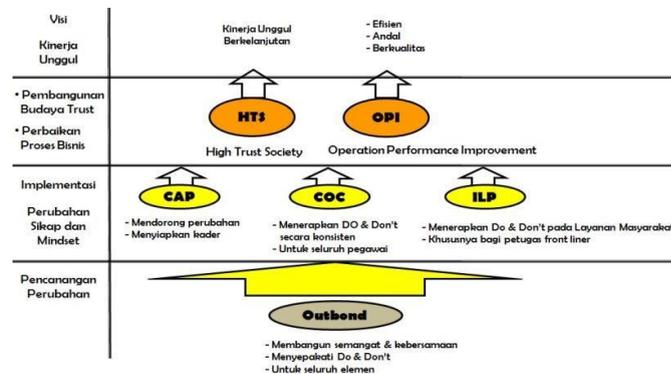
Dari hasil penelitian dalam kegiatan *Code of Conduct* PLN (Persero) Area Bandung komunikasi berlangsung tanpa menganut komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas. Komunikasi hanya berlangsung secara horizontal antara bagian fungsional dan bagian fungsional lainnya. Berikut adalah penyajian hasil penelitian yang didapatkan peneliti berdasarkan teknik wawancara dengan para informan.

4.1 Pola Jaringan Komunikasi Organisasi PT. PLN (Persero) Area Bandung dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Pola jaringan komunikasi digunakan dalam menggambarkan proses komunikasi yang terjadi dalam situasi tertentu. Dalam sebuah organisasi, pola jaringan komunikasi memudahkan peneliti dalam melihat dan menganalisa keseluruhan proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi atau perusahaan. Dalam penelitian ini, pola jaringan komunikasi organisasi difokuskan pada kegiatan *Code of Conduct* yang terjadi di PT. PLN (Persero) Area Bandung. Sebelum masuk ke dalam hasil penelitian mengenai pola jaringan komunikasi organisasi dalam kegiatan *Code of Conduct*, peneliti terlebih dahulu menjelaskan mengenai sejarah terbentuknya kegiatan *Code of Conduct* di PLN (Persero).

4.1.1 Sejarah Terbentuknya Kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero)

Sejarah terbentuknya kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) bermula pada tahun 2009 ketika PT. PLN (Persero) mempunyai keinginan untuk menjadikan PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan listrik besar skala ASEAN mengalahkan Perusahaan Listrik Malaysia yaitu TNB, Tenaga Nasional Berhad. PT. PLN (Persero) secara matang melakukan perencanaan untuk mendukung keinginan menjadikan PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan listrik terbaik di Asia Tenggara dengan membentuk rancangan kegiatan-kegiatan yang merupakan implementasi perubahan sikap dan mindset karyawan.



Gambar 4. 1
Skema Rancangan Terbentuknya Kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero)

Sumber : www.pln.co.id/dataweb/GCG/PedomanPerilaku.pdf

Dalam skema tersebut jelas terlihat bahwa kegiatan *Outbound* merupakan langkah awal PT. PLN (Persero) dalam perencanaan perubahan. Kegiatan *Outbound* ini lah yang menjadi awal munculnya kegiatan-kegiatan yang merupakan implementasi perubahan sikap dan mindset. Jelasnya pada tahun 2010, PT. PLN (Persero) membuat kegiatan *Outbound* dengan mengharuskan seluruh karyawannya ikut serta dalam kegiatan, hal itu karena PT. PLN (Persero) menginginkan adanya kegiatan *Outbound* yang dapat membangun semangat dan kebersamaan karyawan serta adanya kesepakatan terhadap pedoman perilaku. Salah satu hasil nyata dari diadakannya kegiatan *Outbound* oleh PT. PLN (Persero) adalah terbentuknya kegiatan *Code of Conduct* yang sekarang menjadi salah satu kegiatan yang harus ada di seluruh kantor PT. PLN (Persero) seluruh Indonesia. Kegiatan *Code of Conduct* ini dirancang oleh OPI (*Operation Performance Improvement*) untuk mensukseskan perubahan mindset pendukung visi dan kinerja unggul.

3.1.2 Arah Aliran Informasi dalam Kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung

Sebelum masuk ke dalam pola jaringan komunikasi organisasi, peneliti akan menguraikan dan mendeskripsikan terlebih dahulu proses komunikasi organisasi dalam kegiatan *Code of Conduct* ke dalam arah aliran informasi. Arah aliran informasi berguna untuk melihat alur komunikasi mengikuti alur formal dan mengikuti alur informal dalam suatu organisasi atau perusahaan. Arah aliran informasi organisasi akan seputar tentang komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, atau bahkan memungkinkan komunikasi terjadi melewati jalur formal organisasi yaitu komunikasi informal, pribadi, dan selentingan.

A. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang memungkinkan seseorang dengan otoritas jabatan tinggi memberikan informasi atau pesan kepada seseorang dengan otoritas yang lebih rendah. Walaupun di PLN (Persero) Area Bandung, tingkatan tertinggi berdasarkan struktural perusahaan adalah Manajer Area namun dalam kegiatan *Code of Conduct* tidak adanya komunikasi yang termasuk ke dalam komunikasi ke bawah. Tidak adanya komunikasi ke bawah, karena karyawan menganggap bahwa dalam kegiatan *Code of Conduct* karyawan hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan dan peserta kegiatan sehingga tidak adanya alur komunikasi ke bawah yang memiliki ciri khas adanya pesan berupa instruksi tugas atau perintah kerja. Manajer Area selaku pemegang otoritas tertinggi tidak menggunakan kegiatan *Code of Conduct* sebagai tempatnya untuk mengeluarkan instruksi tugas, melainkan hanya melakukan pembahasan dengan memberikan saran dan kesimpulan yang dirasa dibutuhkan oleh karyawan secara keseluruhan. Pemberian saran dan kesimpulan ini dapat diartikan sebagai pandangan Manajer Area terhadap permasalahan yang diangkat oleh bagian pelaksana kegiatan *Code of Conduct* dalam *knowledge*

sharing. Terkadang dalam pelaksanaan pekerjaan di lapangan, karyawan menemui kendala-kendala yang menghambat penyelesaian pekerjaan, untuk itu peran Manajer Area dalam memberikan saran kepada karyawan sangat dibutuhkan.

B. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas adalah ketika informasi bergerak dari merka dengan tingkatan lebih rendah kepada mereka yang memiliki tingkatan lebih tinggi dalam struktur organisasi perusahaan. Sama halnya dengan komunikasi ke bawah, dalam kegiatan *Code of Conduct* karyawan menganggap bahwa tidak ada komunikasi ke atas selama kegiatan tersebut berlangsung. Hal tersebut diperjelas bahwa dalam kegiatan *Code of Conduct* tidak ada proses memerintah dan tidak ada proses diperintah. Komunikasi ke atas berlangsung secara formal karena melewati rantai formal organisasi, sementara kegiatan *Code of Conduct* adalah suatu kegiatan yang tidak menganut komunikasi secara formal karena dalam pelaksanaannya karyawan dapat melakukan komunikasi secara bebas, terbuka, dan melewati batasan tingkatan sehingga komunikasi ke atas pun dianggap tidak terjadi dalam kegiatan *Code of Conduct*

C. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah informasi yang bergerkan di antara rekan sekerja atau unit-unit kerja yang berbeda. Dalam kegiatan *Code of Conduct*, komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang satu-satunya terjadi menurut pandangan karyawan PLN (Persero) Area Bandung. Hal tersebut karena tujuan pelaksanaan kegiatan *Code of Conduct* adalah meningkatkan koordinasi antara bagaian fungsional dengan bagian fungsional lainnya, membuat komunikasi yang paling dominan terjadi adalah komunikasi antara rekan sekerja atau unit-unit kerja yang ada di PLN (Persero) Area Bandung. Koordinasi yang merupakan bentuk komunikasi ke bawah yang dilakukan dalam kegiatan *Code of Conduct* adalah (1) menyatukan pemahaman atau persepsi karyawan PLN (Persero) Area Bandung agar tidak ada lagi kesalahan pemahaman terhadap pekerjaan, (2) koordniasi yang menyangkut dengan tata cara pelaksanaan pekerjaan di lapangan yang notabene adalah kerjasama antar bagian fungsional

3.1.3 Pola Jaringan Komunikasi Organisasi PT. PLN (Persero) Area Bandung dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Dalam kegiatan *Code of Conduct*, karyawan bebas memberikan tanggapan apapun selama sifatnya masih memiliki keterkaitan dengan topik pembahasan dalam *knowledge sharing*. Komunikasi seperti itu memungkinkan suasana menjadi lebih aktif karena semua pihak dapat terlibat dalam proses komunikasi. Tanggapan tidak hanya dari pihak peserta kepada pihak pelaksana saja melainkan juga dapat dilakukan tanggapan kembali terhadap tanggapan yang sudah diberikan peserta kegiatan *Code of Conduct*. Dengan seperti itu komunikasi dalam kegiatan *Code of Conduct* memungkinkan siapa saja untuk berbicara tanpa adanya tokoh sentral atau tokoh utama yang mengatur keseluruhan proses komunikasi yang terjadi dalam kegiatan *Code of Conduct*.

Dalam kegiatan *Code of Conduct*, tidak ada tokoh sentral di mana semua pokok-pokok pembicaraan terpusat hanya seorang kepadanya dikarenakan komunikasi organisasi dalam kegiatan *Code of Conduct* membebaskan semua karyawan untuk mengeluarkan suara baik dalam bentuk pemberian tanggapan berupa menyetujui apa yang dibicarakan oleh bagian pelaksana kegiatan, mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan pokok pembicaraan dalam kegiatan *Code of Conduct*, pemberian gagasan atau ide yang dapat digunakan untuk mempermudah prosedur pengerjaan di lapangan, dan juga pemberian saran yang dirasa sangat dibutuhkan oleh bagian fungsional tertentu baik yang berperan sebagai pelaksana kegiatan atau yang sedang tidak berperan sebagai pelaksana kegiatan atau yang disebut peserta kegiatan.

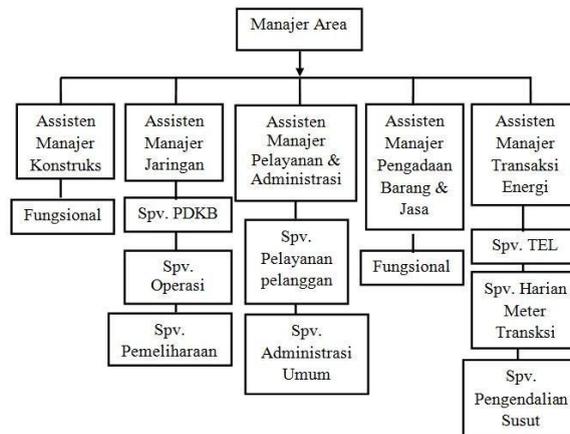
Dengan seperti itu sudah jelas bahwa komunikasi dalam kegiatan *Code of Conduct* memilki arus komunikasi yang membebaskan seluruh karyawan dalam melakukan komunikasi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya. Hal tersebut dikarenakan karyawan bersifat aktif dalam pemberian tanggapan yang menyebabkan komunikasi organisasi terjadi secara bebas dan menyeluruh

4.2 Pembahasan

Kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung adalah sebuah kegiatan rutin yang dilakukan setiap minggunya dengan mengikutsertakan seluruh karyawan mulai dari tingkatan tertinggi sampai tingkatan terendah. Karyawan bersama-sama melakukan pembahasan mengenai pekerjaan atau hal-hal lainnya yang memiliki kaitannya dengan PT. PLN (Persero) secara keseluruhan. Selayaknya kegiatan yang mampu mengumpulkan seluruh karyawannya maka komunikasi yang baik sangat dibutuhkan dalam kegiatan *Code of Conduct*. Komunikasi yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses komunikasi selama kegiatan *Code of Conduct* berlangsung. Komunikasi organisasi yang difokuskan dalam penelitian ini adalah komunikasi yang berlangsung secara terbuka, bebas dan

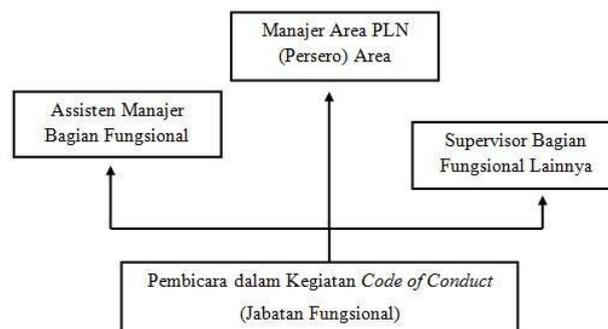
menyeluruh yang akan digambarkan ke dalam pola jaringan komunikasi organisasi. Namun, sebelum dapat menggambarkan ke dalam pola komunikasi organisasi, peneliti akan menggambarkan terlebih dahulu arah aliran informasi yang terjadi dalam kegiatan *Code of Conduct*.

Komunikasi ke bawah dalam kegiatan *Code of Conduct* terjadi jika yang sedang melakukan pembicaraan adalah Manajer Area. Pesan yang termasuk dalam komunikasi ke bawah dalam kegiatan *Code of Conduct* yaitu rasio kerja dan umpan balik. Rasio kerja adalah ketika Manajer Area melakukan pembahasan yang berisi tentang kesimpulan atau saran yang pada akhirnya menghasilkan pemahaman karyawan terhadap pekerjaan yang harus mereka kerjakan. Sementara umpan balik adalah tipe pesan penyampaian apresiasi terhadap kinerja karyawan PLN (Persero) Area Bandung.



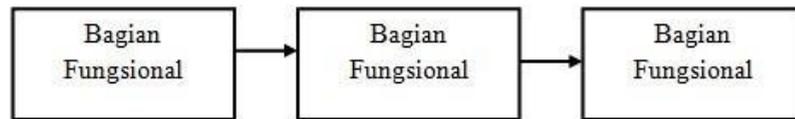
Gambar 4.2
Komunikasi ke Bawah dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Komunikasi ke atas dalam kegiatan *Code of Conduct* terjadi jika yang menjadi pembicara adalah karyawan yang menjabat sebagai bagian Fungsional. Jabatan Fungsional terkadang menggunakan kegiatan *Code of Conduct* sebagai saat yang tepat untuk memberitahu tentang pencapaian-pencapaian yang telah mereka dapat dari apa yang sudah mereka kerjakan. Komunikasi ke atas dalam kegiatan *Code of Conduct* PLN (Persero) Area Bandung lebih bersifat informasi kepada atasan bahwa karyawan sudah melakukan pekerjaan dengan baik.



Gambar 4.3
Komunikasi ke Atas dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Komunikasi horizontal dalam kegiatan *Code of Conduct* terjadi jika pembahasan yang dilakukan karyawan guna untuk melakukan koordinasi antar bagian fungsional satu dan bagian fungsional lainnya. Koordinasi yang dilakukan dalam kegiatan *Code of Conduct* berguna untuk menyatukan pemahaman seluruh karyawan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh bagian fungsional lainnya dan koordinasi langsung berupa kerjasama yang dibutuhkan guna menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan cepat. Koordinasi dalam kegiatan *Code of Conduct* juga berguna untuk meningkatkan komunikasi seluruh karyawan guna memperlancar pengerjaan terhadap pekerjaan sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan.

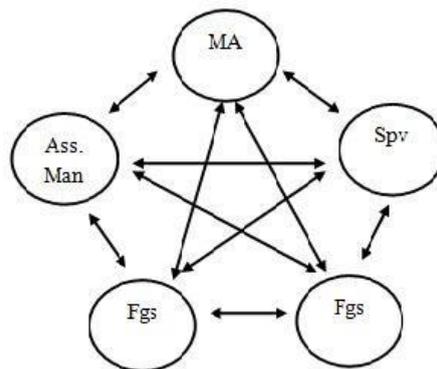


Gambar 4.4
Komunikasi Horizontal dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Selain komunikasi sesuai rantai formal, komunikasi dalam kegiatan *Code of Conduct* PLN (Persero) Area Bandung berjalan di luar rantai formal atau yang disebut dengan komunikasi informal, pribadi dan selentingan. Komunikasi informal dalam kegiatan *Code of Conduct* adalah ketika dua karyawan atau lebih terlibat dalam pembicaraan di luar dari pembahasan *knowledge sharing* yang dibahas oleh bagian pelaksana dan karyawan lainnya. Komunikasi informal yang sering dilakukan oleh karyawan lebih kepada masalah-masalah sosial yang dialami oleh karyawan, sebagai contohnya adalah sekedar membicarakan hubungan karyawan satu sama lainnya.

Setelah mengetahui komunikasi organisasi PT. PLN (Persero) Area Bandung dalam kegiatan *Code of Conduct* melalui arah aliran informasi organisasi, maka peneliti akan menggambarkan komunikasi organisasi. Berdasarkan hasil penelitian melalui teknik wawancara dan teknik observasi dengan melihat proses komunikasi organisasi baik komunikasi dalam garis formal maupun komunikasi informal didapati hasil bahwa dalam kegiatan *Code of Conduct* hanya terjadi pola jaringan komunikasi organisasi saluran bebas (*all channel*).

Pola jaringan saluran bebas merupakan satu-satunya pola jaringan komunikasi organisasi yang terlihat dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung. Hal itu terlihat pada komunikasi yang melibatkan seluruh karyawan dengan tingkatan jabatan berbeda yaitu Manajer Area, Asisten Manajer, Supervisor dan Fungsional. Komunikasi dalam kegiatan *Code of Conduct* berlangsung secara terbuka dan bebas di mana seluruh karyawan bebas mengutarakan pendapatnya selagi hal tersebut berhubungan dengan topik pembahasan *knowledge sharing* yang telah disampaikan oleh pelaksana kegiatan. Selain itu, komunikasi berlangsung secara menyeluruh di mana seluruh karyawan dapat melakukan interaksi dengan siapapun tanpa memperhatikan posisi mereka dalam jabatan struktural dan tanpa juga memperhatikan jabatan lawan bicarannya dalam struktur organisasi, sehingga karyawan dapat secara bebas dan terbuka pula dalam memberikan umpan balik. Untuk lebih jelas mengetahui pola jaringan saluran bebas dalam kegiatan *Code of Conduct* dapat dilihat pada gambar 4.10 mengenai pola jaringan saluran bebas dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung sebagai berikut



Gambar 4.5
Komunikasi Horizontal dalam Kegiatan *Code of Conduct*

Dalam gambar 4.10 sudah terlihat jelas bahwa komunikasi dalam kegiatan *Code of Conduct* yang melibatkan seluruh karyawan terjadi secara bebas, menyeluruh dan dua arah tanpa dibatasi antar tingkat jabatan struktural. Hal itu selaras dengan pemaparan teori tentang pola jaringan saluran bebas. Pola jaringan saluran bebas (*all channel*) menurut Ruliana (2014:-81), merupakan pola jaringan yang mengizinkan semua anggota komunikasi secara aktif melakukan komunikasi. Dalam pola jaringan saluran bebas ini dapat terjadi komunikasi lanjutan di antara semua tingkatan yang terlibat tanpa adanya batasan komunikasi per tingkatannya seperti pola lingkaran.

Pola jaringan saluran bebas (*all channel*) menggambarkan tentang tiga tingkatan atau lebih yang ada dalam organisasi di mana semua tingkatan dapat berkomunikasi satu sama lainnya. Ciri khas dari pola jaringan saluran bebas adalah komunikasi terjadi secara dua arah di mana seluruh pihak terlibat dalam proses komunikasi, komunikasi bersifat informatif dan persuasif sehingga memerlukan umpan balik dari pihak-pihak yang terlibat.

Pola jaringan saluran bebas terjadi karena dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung komunikasi bertujuan untuk meningkatkan koordinasi antara seluruh karyawan PT. PLN (Persero) Area Bandung, oleh karena itu diskusi bersama mengenai pekerjaan sangat terlihat dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung. Selayaknya diskusi maka memerlukan keikutsertaan seluruh karyawan dan tidak diperbolehkan adanya batasan komunikasi karena akan mengurangi keefektifitasan diskusi yang sedang dilakukan. Diskusi pula membutuhkan tanggapan segera dari seluruh pihak yang terlibat karena diskusi sifatnya membutuhkan hasil dengan segera sehingga karyawan harus memberikan tanggapannya terhadap pembahasan *knowledge sharing* dalam kegiatan *Code of Conduct*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sejarah terbentuknya kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) diawali dari dibuatnya kegiatan *Outbound* pada tahun 2010. Kegiatan *Code of Conduct* merupakan wujud implementasi perubahan sikap dan mindset karyawan demi mewujudkan keinginan menjadikan PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan listrik terbaik di Asia Tenggara.
2. Arah aliran informasi dalam kegiatan *Code of Conduct* berkisar yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi informal atau komunikasi pribadi.
3. Pola jaringan komunikasi organisasi yang terbentuk dalam kegiatan *Code of Conduct* adalah pola jaringan saluran bebas (*all channel*).

5.2 Saran

Peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan untuk rekomendasi untuk penelitian yang akan datang dan juga untuk organisasi PT. PLN (Persero) Area Bandung itu sendiri, di antaranya

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian. Saran akademis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian mendalam terhadap seluruh proses komunikasi organisasi dan tidak terbatas pada proses komunikasi yang hanya berlangsung dalam kegiatan rutin perusahaan agar dapat lebih jelas mengetahui arah aliran informasi untuk nantinya dapat menggambarkan proses komunikasi organisasi tersebut ke dalam bentuk pola jaringan komunikasi organisasi.

5.2.2 Saran Praktis

Adapun saran praktis diuraikan sebagai berikut, berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa arah aliran informasi dalam kegiatan *Code of Conduct* PT. PLN (Persero) Area Bandung berguna untuk meningkatkan koordinasi karyawan dalam melaksanakan pekerjaan di mana pekerjaan tersebut memang membutuhkan saling kerjasama antar bagian fungsional yang ada di PLN (Persero) Area Bandung. Peningkatan koordinasi dalam kegiatan *Code of Conduct* ini harus disertai peningkatan komunikasi yang terjadi antara pelaksana dan peseta kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
 - [2] Kriyantono, Rakhmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
 - [3] Nuland, Shirley van & B.P. Khandelwal. (2009). *Ethics in Education: the role of teacher codes Canada and South Asia*. Paris: Internation Institute for Educational Planning
 - [4] Pace, R. Wayne & Don. F. Faules. (2006). *Komunikasi Organisasi*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
 - [5] Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
 - [6] Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers
 - [7] Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung
 - [8] Wibowo. (2013). *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers
-