

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi pemilik nirmala *photograph* pada para karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemi covid 19. Dalam penelitian ini terdapat permasalahan di tiap bagian Nirmala *Photograph* yaitu masalah komunikasi organisasi. Di Nirmala *Photograph* tiap karyawan belum mampu menciptakan komunikasi organisasi yang efektif. Hal ini disebabkan karena media yang disediakan untuk penunjang komunikasi masih kurang.

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan metode deskriptif kualitatif untuk menggali informasi lebih mendalam terkait pola komunikasi organisasi, dalam penelitian ini menggunakan paradigma interpretative. Metode ini penulis pilih untuk melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang menyeluruh, dimana realitas tersebut bersifat aktif, penuh makna, kompleks dan terkait pada hubungan timbal balik.

Hasil analisis diatas, didapat beberapa temuan dari kondisi yang sebenarnya mengenai penerapan pola komunikasi di Nirmala *Photograph*. Nirmala *Photograph* sejauh ini dapat dikatakan telah berhasil menerapkan pola komunikasi primer dan sekunder, meskipun dalam prosesnya masih mengalami beberapa hambatan. Sebagai perusahaan jasa Nirmala *Photograph* memiliki hambatan dalam penerapan pola komunikasi organisasi dalam upaya melayani konsumen dimasa pandemi covid-19.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Organisasi, Pola Komunikasi.