

**DINAMIKA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGELOLAAN  
AGROWISATA KEBUN TEH TAMBI KEJAJAR WONOSOBO**

**Naskah Publikasi**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



Oleh :

Riviana

2000030188

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**2024**

# **DINAMIKA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGELOLAAN AGROWISATA KEBUN TEH TAMBI KEJAJAR WONOSOBO**

**Riviana dan Choirul Fajri**

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa  
Yogyakarta

Email : [riviana2000030188@webmail.uad.ac.id](mailto:riviana2000030188@webmail.uad.ac.id) , [choirul.fajri@comm.uad.ac.id](mailto:choirul.fajri@comm.uad.ac.id)

## **ASBTRAK**

Penelitian ini membahas tentang Dinamika Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo. Hal ini berkaitan dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk menganalisis bagaimana komunikasi organisasi berperan dalam pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai proses komunikasi yang berjalan dalam analisis ini proses komunikasi terjadi antara pihak pengelola agrowisata sebagai komunikator dan pengunjung sebagai komunikan. Media komunikasi yang digunakan adalah media komunikasi tertulis dan media komunikasi verbal. Pesan yang disampaikan oleh pengelola kepada pengunjung adalah mengenai keunggulan dari Tambi *Tea Resort*. Berdasarkan analisis peneliti, dinamika dalam pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo terbagi menjadi 3 fase, yang pertama yaitu fase awal berdiri, fase berkembang dan fase *rebranding*. Komunikasi organisasi di Tambi *Tea Resort* telah berjalan secara efektif, yang ditandai dengan koordinasi yang baik antar karyawan dan manajemen. Perkembangan agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo telah melewati 3 fase yang menunjukkan dinamika yang kompleks namun progresif.

**Kata Kunci : Dinamika, Komunikasi Organisasi, Agrowisata**

## **ABSTRACT**

This research discusses the Dynamics of Organizational Communication in the Management of Tambi Tea Garden Agrotourism Kejajar Wonosobo. This is related to the purpose of the study, namely to analyze how organizational communication plays a role in the management of the Tambi Tea Garden Agrotourism in Kejajar Wonosobo. Researchers used descriptive qualitative research methods with data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The results of the research conducted by researchers, namely regarding the communication process that runs in this analysis, the communication

process occurs between the agritourism manager as a communicator and visitors as communicants. The communication media used are written communication media and verbal communication media. The message conveyed by the manager to visitors is about the advantages of Tambi Tea Resort. Based on the researcher's analysis, the dynamics in the management of Tambi Tea Garden Agrotourism Kejajar Wonosobo is divided into 3 phases, the first is the initial phase of establishment, the development phase and the rebranding phase. Organizational communication at Tambi Tea Resort has been running effectively, which is marked by good coordination between employees and management. The development of agro-tourism Tambi Tea Garden Kejajar Wonosobo has gone through 3 phases that show complex but progressive dynamics.

**Keywords:** Dynamics, Organizational Communication, Agritourism

## **PENDAHULUAN**

Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo merupakan bagian dari PT Perkebunan Tambi. Perkebunan Teh Tambi merupakan salah satu perkebunan teh di Indonesia yang berada di Desa Tambi, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah. Kebun Teh Tambi terletak di kaki Gunung Sindoro. Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Manfaat dari

agrowisata ini adalah mengembangkan pariwisata dengan objek dan daya tarik keindahan alam serta potensi wisata. (Maulida, 2019).

Data dari dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Wonosobo menunjukkan bahwa selama 5 tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2015-2020 rata-rata jumlah pengunjung pariwisata di seluruh Kabupaten Wonosobo 1.100/hari baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara dengan rata-rata pendapatan sebesar 3,5 milyar pertahun. Sehingga penelitian ini muncul untuk mengidentifikasi bagaimana dinamika komunikasi organisasi yang terjadi dalam

pengelolaan pariwisata khususnya pada agrowisata kebun teh Tambi Kejajar Wonosobo serta untuk menganalisis bagaimana komunikasi organisasi mempengaruhi pengelolaan agrowisata dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan sektor pariwisata dan pengelolaan destinasi serupa di masa yang akan datang.

PT Perkebunan Tambi tidak hanya bergerak di bidang produksi teh saja akan tetapi juga memanfaatkan peluang keindahan alamnya sebagai tempat agrowisata. Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar secara khusus dikelola oleh kelompok pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat setempat secara umum dan secara khusus oleh pengelola yang tersusun secara terstruktur yang mana bertanggung jawab langsung kepada perusahaan yaitu PT Perkebunan Tambi. Dalam

sebuah organisasi komunikasi merupakan peranan yang sangat vital baik dalam membentuk hubungan sosial maupun hubungan intrapersonal. Komunikasi diperlukan sebagaimana memiliki fungsi bagi organisasi agar mampu mendefinisikan tujuan, menggambarkan peran dan tanggung jawab anggota, mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan, membentuk jaringan informasi dan mengembangkan budaya serta iklim organisasi yang keseluruhannya mampu memandu perilaku para anggota. Komunikasi tidak hanya menyangkut pengiriman dan penerimaan pesan antara elemen-elemen organisasi, tetapi juga hubungan dengan elemen-elemen tersebut dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi. (Farihanto, 2016).

Untuk melancarkan usaha pengelolaan pariwisata yang baik, komunikasi dinilai memiliki peran penting. Sehingga dengan komunikasi yang tepat diharapkan pengelola pariwisata dapat mencapai tujuan pembangunan pariwisata dengan maksimal. Komunikasi organisasi inilah yang nantinya diharapkan dapat menggerakkan para pengelola dan masyarakat sekitar untuk berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata. Organisasi dan perilaku organisasi di dalamnya memerlukan komunikasi untuk membantu anggotanya berinteraksi. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh sebuah organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Dalam sebuah organisasi terdapat suatu jenjang hierarki kerja atau

jabatan, yang artinya dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan kedudukan posisi seperti pemimpin, staf pemimpin, dan karyawan. Komunikasi bagi organisasi merupakan unsur yang memiliki peranan krusial, pentingnya komunikasi berperan penting dalam menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Dalam menjalankan organisasi guna mencapai target dan tujuan yang diinginkan, ada beberapa hambatan yang dialami oleh pengelola agrowisata kebun teh tamba kejajar Wonosobo, diantaranya masalah komunikasi dalam organisasi. Masih banyak staf pengelola yang kurang memahami sistem kerja karena terjadi miskomunikasi dalam penerimaan pesan. Selain itu, latar belakang pendidikan para staf pengelola agrowisata yang berbeda-beda juga

menjadi hambatan tersendiri dalam menerima pesan.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimana dinamika komunikasi organisasi dalam pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo?”. Kemudian tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis bagaimana komunikasi organisasi berperan dalam pengelolaan agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen,

teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Penelitian dilakukan di Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo kurang lebih selama enam bulan dari bulan Oktober, November, Desember 2023 sampai Maret 2024.

Subjek penelitian adalah sesuatu atau seorang yang memiliki data yang melekat untuk variabel penelitian serta suatu permasalahan yang diangkat. Subjek penelitian dipilih sebagai informan yang mampu memberikan informasi secara benar, lengkap dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, subjek penelitian ini adalah pengelola Tambi *Tea Resort* dari Manajer, Ketua Divisi *Housekeeping*, Ketua Divisi Tata Lingkungan, Ketua Divisi Restorasi dan Resepsionis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja indra pengelihatan yang dilakukan melalui suatu pengamatan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek. Peneliti melakukan observasi secara langsung mengenai bagaimana proses komunikasi organisasi berjalan di *Tambi Tea Resort*. Sedangkan wawancara adalah proses untuk mendapatkan informasi secara langsung kepada informan untuk mendapatkan keterangan serta informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung antara pewawancara dengan informan. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan

melihat dan menganalisis dokumen berupa foto, rekaman video dan catatan tertulis sebagai dokumentasi terkait penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, hal selanjutnya yang harus dilakukan oleh peneliti adalah menganalisis data. Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan. Dalam penelitian ini terdapat tiga langkah teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan informasi serta data yang telah diperoleh peneliti mengenai *Dinamika Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Agrowisata*

Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo. Peneliti akan mendeskripsikan data yang telah didapat melalui wawancara secara langsung dengan manajemen dan pengelola Tambi *Tea Resort*. Hasil data yang telah diperoleh juga akan didukung oleh dokumentasi peneliti atau dokumentasi yang didapatkan dari objek penelitian. Berdasarkan dari observasi langsung peneliti, wawancara dengan narasumber dan dokumentasi di Tambi *Tea Resort*, hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

### **Proses Komunikasi**

**Organisasi** Proses komunikasi tidak bisa lepas dari aspek-aspek yang ada di dalamnya yaitu komunikator, komunikan, media dan pesan komunikasi. Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan

nonverbal. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol (Mulyana, 2004).

Peneliti mencoba menggali kondisi dan peristiwa yang terjadi dalam proses komunikasi organisasi pada pengelola agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo. **Tujuan**

### **Komunikasi**

Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain. Menurut (Ruliana, 2014) komunikasi organisasi memiliki 4 tujuan yaitu menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat,



membagi informasi, menyatakan perasaan dan emosi serta melakukan koordinasi. Komunikasi dalam organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena komunikasi mempengaruhi kinerja dan kesuksesan dalam pengelolaan *Tambi Tea Resort*. Tujuan komunikasi organisasi di *Tambi Tea Resort* dapat diuraikan dalam beberapa aspek utama yang mencakup tujuan internal dan tujuan eksternal.

Tujuan internal dalam sebuah komunikasi organisasi adalah untuk memastikan bahwa semua karyawan, pengelola dan pemangku kepentingan atau *stakeholder* di dalam organisasi memiliki visi misi dan tujuan bersama yang selaras. Tujuan internal dalam komunikasi organisasi ini akan membentuk budaya organisasi yang menjadi sebuah hubungan fungsional yaitu budaya organisasi yang terbentuk karena adanya

komunikasi yang terjalin di organisasi tersebut (Agustini, 2018). Begitu pula dengan tujuan internal yang ada pada pengelola *Tambi Tea Resort*, tujuan internal yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan kolaborasi dan koordinasi dalam tim. Dalam upaya mencapai tujuan internal komunikasi organisasi pada pengelola *Tambi Tea Resort* tentunya harus didukung dengan penyebaran informasi yang efektif yang dilakukan secara terbuka dan transparan untuk membangun kepercayaan dan keterbukaan diantara karyawan.

Tujuan eksternal dari komunikasi organisasi pada pengelola *Tambi Tea Resort* adalah untuk membangun dan memelihara hubungan positif dengan pengunjung, masyarakat sekitar, *stakeholder*, dan komunitas lokal yang menjalin relasi dengan *Tambi Tea Resort*. Tujuan eksternal dari

komunikasi organisasi adalah sebagai sebuah sistem yang memiliki batasan dengan pihak luar seperti pemerintah, pelanggan dan masyarakat pada umumnya, (Kurniasih, 2021). Adapun tujuan utama tersebut adalah untuk meningkatkan visibilitas melalui berbagai saluran atau media komunikasi yang digunakan seperti media sosial, website, media massa maka visibilitas dari Tambi *Tea Resort* dapat disampaikan kepada khalayak sehingga khalayak dapat mengetahui informasi-informasi yang disampaikan.

Tujuan komunikasi organisasi pengelola Tambi *Tea Resort* mencakup beberapa aspek penting yang berfokus pada koordinasi internal, motivasi karyawan, promosi eksternal dan pembangunan citra serta reputasi yang positif.

### **Identifikasi Stakeholder**

#### *Stakeholder*

merupakan individu atau kelompok yang terlibat secara aktif dan memiliki peran penting dalam suatu keberlanjutan organisasi atau perusahaan yang dibutuhkan untuk keberlangsungan pembangunan termasuk dalam pariwisata, (Talib, 2021). Koordinasi dan hubungan seluruh *stakeholder* dalam suatu destinasi membentuk suatu destinasi wisata yang berkualitas dan citra destinasi yang mudah dikenali, memiliki keunggulan dan daya saing jangka panjang serta pembangunan dan pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Meskipun menghadapi banyak kompetitor atau pesaing di industri yang sama yaitu *resort*, Tambi *Tea Resort* memiliki citra khas dalam destinasinya yaitu sebuah *resort* yang terletak di tengah perkebunan teh.

Dalam mengoptimalkan pengembangan pariwisata memerlukan berbagai unsur untuk saling berkolaborasi dengan para *stakeholder*. Pada identifikasi *stakeholder* ini peneliti menggunakan strategi *Pentahelix*. Lindmarak, Stuesson & Roos, 2009 yang dikutip dari (Dani Rahu, 2021) mendefinisikan bahwa strategi *Pentahelix* merupakan strategi dalam dunia pariwisata yang melibatkan unsur-unsur masyarakat serta lembaga non-profit untuk mewujudkan suatu inovasi didukung dengan sumberdaya dan potensi wisata yang ada. Strategi *Pentahelix* pada pariwisata di Indonesia dikenal sebagai ABCGM (*Academic, Bussines, Community, Government and Media*). Berikut adalah identifikasi *stakeholder* sebagai aktor yang terlibat dalam strategi *Pentahelix*

Sumber daya manusia di industri pariwisata berperan

sebagai penggerak kelangsungan industri, serta sebagai penentu daya saing industri pariwisata. Pengembangan pariwisata di kawasan Tambi *Tea Resort* memerlukan dukungan dari peran pihak-pihak lain melalui ide dan inovasi kreatif yang bersinergi dan mampu berkolaborasi meliputi seluruh *stakeholder* sehingga mampu meningkatkan kemajuan.

### **Pesan Komunikasi**

Organisasi adalah suatu sistem yang dinamis dan terbuka yang secara tidak langsung menciptakan saling tukar menukar informasi dan pesan antar satu sama lain. Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang objek, orang, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain, (Zamzami, 2021). Analisis pesan komunikasi pada pengelola Tambi *Tea Resort* terbagi menjadi dua yaitu kepada pengunjung dan kepada karyawan.

Pesan kepada pengunjung disampaikan melalui promosi di

sosial media maupun media masaa mengenai informasi tentang Tambi *Tea Ressor*t. Pengelola memberikan informasi kepada para pengunjung mengenai aktivitas yang bisa dilakukan di Tambi *Tea Resort*. Pengelola juga memberikan pesan dan informasi yang edukatif kepada para pengunjung.

Pesan kepada karyawan adalah pesan yang disampaikan kepada sesama karyawan yang tentunya menjadi pesan yang wajib diterima dengan baik oleh penerima pesannya. Pesan ini harus selaras dengan visi dan misi Tambi *Tea Resort* untuk memastikan semua karyawan memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan organisasi. Mendorong komunikasi terbuka diantara karyawan dan manajemen untuk membangun lingkungan kerja yang kolaboratif dan saling mendukung.

### **Media Komunikasi**

Media adalah alat bantu atau sarana untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada seseorang. Media adalah sesuatu yang membawa informasi antara sumber

(*source*) dan penerima (*recevier*), (Sanjaya, 2016). Dalam sebuah komunikasi media yang dipilih untuk digunakan adalah media yang dinilai dapat mencapai efektivitas dalam pencapaian tujuan dari pesan tersebut disampaikan.

Adapun media yang digunakan adalah seperti media surat. Media surat digunakan untuk komunikasi formal, selain surat cetak media surat elektronik juga digunakan untuk berinteraksi dengan pengunjung contohnya seperti untuk pelayanan reservasi dan konfirmasi pemesanan. Media elektronik juga digunakan untuk koordinasi dan komunikasi antar sesama karyawan. Media elektronik yang dimaksud disini adalah *WhatsApp*. Pengelola memanfaatkan media tersebut dengan membuat grup *WhatsApp* yang berfungsi untuk menyampaikan informasi.

Media sosial seperti *instagram* juga digunakan oleh pengelola Tambi *Tea Resort* untuk kegiatan promosi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Selain untuk promosi destinasi wisata

*instagram* juga dimanfaatkan untuk meningkatkan *brand awareness* untuk menarik minat calon wisatawan.

### **Evaluasi dan Pemantauan**

Evaluasi dan pemantauan adalah kegiatan penting bagi pengelola Tambi *Tea Resort* untuk memastikan layanan, operasional yang efisien dan kepuasan pelanggan. Evaluasi dan pemantauan merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam industri pariwisata. Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) adalah pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial budaya dan lingkungan saat ini hingga masa depan (Wibowo, 2023).

Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh pengelola Tambi *Tea Resort* dilaksanakan setiap satu minggu sekali setiap hari Rabu yang bertujuan untuk mengevaluasi pencapaian dan permasalahan yang terjadi selama satu minggu sebelumnya. Untuk mengukur progres kinerja karyawan pengelola Tambi *Tea Resort* menggunakan KPI (*Key Performance Indicators*) yang

merupakan sebuah alat penting atau navigasi yang digunakan para manager untuk memahami apakah perusahaan mereka sedang mengarah pada kesuksesan atau sedang menjauhi jalur menuju kesuksesan.

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam KPI untuk menilai kinerja karyawan di Tambi *Tea Resort* diantaranya aspek finansial, aspek *marketing* dan *sales*, aspek sumber daya manusia, aspek *healthy, safety, environment*, dan aspek manajemen. Evaluasi kinerja dilakukan berdasarkan *key performance indicators* (KPI) menunjukkan bahwa setiap bulan karyawan Tambi *Tea Resort* bekerja untuk mencapai target yang telah ditetapkan yang menunjukkan bahwa kinerja bulanan telah dilaksanakan secara konsisten dimana setiap bulan berhasil mencapai atau melebihi target yang ditetapkan yang dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengunjung, skor kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan peningkatan pencapaian target dari bulan ke bulan.

## **Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal Organisasi**

Komunikasi adalah elemen kunci dalam pengelolaan sebuah destinasi pariwisata salah satunya yaitu Tambi *Tea Resort*. Komunikasi internal dan komunikasi eksternal yang efektif akan membantu memastikan operasional yang lancar, kepuasan pelanggan dan reputasi yang baik. Komunikasi internal dalam sebuah organisasi berfungsi sebagai koordinasi dan kerja sama dalam melaksanakan pekerjaan agar dapat berjalan dengan baik. Komunikasi internal di Tambi *Tea Resort* melibatkan interaksi antara karyawan, manajer dan berbagai divisi dalam organisasi. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan operasional yang lancar, koordinasi yang efektif serta menjaga semangat dan motivasi kerja karyawan. Komunikasi tersebut dilaksanakan melalui media grup *WhatsApp* dan melalui rapat serta evaluasi mingguan.

Komunikasi eksternal pengelola Tambi *Tea Resort* melibatkan interaksi dengan berbagai pihak di luar organisasi, termasuk

pelanggan, media, mitra bisnis dan komunitas. Komunikasi eksternal di Tambi *Tea Resort* melibatkan interaksi dengan komunitas lokal, *stakeholder*, dan pihak eksternal lainnya seperti pemasok, mitra bisnis dan pelanggan. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan baik, mempromosikan resort serta memastikan keberlanjutan bisnis.

Komunikasi internal dan eksternal di Tambi *Tea Resort* adalah aspek krusial untuk keberhasilan operasional dan strategi pemasaran. Komunikasi internal yang efektif memastikan koordinasi yang baik, penyelesaian masalah secara cepat dan meningkatkan keterlibatan serta motivasi karyawan. Sementara itu komunikasi eksternal yang baik membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal dan *stakeholder*, meningkatkan promosi dan pemasaran serta menjaga kepercayaan publik terhadap Tambi *Tea Resort*.

### **Analisis Pola Komunikasi**

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, suatu organisasi harus mengembangkan komunikasi

sebagai faktor kunci keberhasilannya. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk membina hubungan kerja yang harmonis antara pemimpin dan karyawan. Komunikasi merupakan aspek krusial dalam penyampaian pesan dari komunikator ke saluran komunikasi, yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi hasilnya. Hal ini dapat dilihat sebagai jembatan antara dua individu atau lebih dalam proses komunikasi, memastikan komunikasi dan interaksi yang efektif.

Pola komunikasi merupakan suatu aturan dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yang memiliki tujuan agar dapat merubah sikap, perilaku atau pendapat komunikan tersebut, (Nuraini, 2020). Pola komunikasi dapat diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Komunikasi ke bawah dilakukan untuk membahas informasi yang berkaitan dengan pembagian tugas kerja, informasi tersebut

biasanya berupa pemberian arahan, instruksi, petunjuk atau informasi kepada bawahan, (Silambi, 2022). Dalam melakukan komunikasi vertikal manager memberikan instruksi, petunjuk, informasi dan penjelasan kepada para anggota divisi, kemudian anggota divisi memberikan saran, laporan, pengaduan, masukan dan sebagainya kepada manager.

Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut sangat penting dalam organisasi, karena jika komunikasi hanya dilakukan secara satu arah saja hanya dilakukan antara manager dan anggotanya maka roda organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Sebagai seorang pimpinan pengelola Tambi Tea Resort, penempatan pengurus atau anggota masing-masing divisi sesuai dengan keterampilannya sangat diperhatikan, para anggota dibagi tugasnya dengan tepat, diberikan informasi sejelas-jelasnya mengenai tugas dan tanggung jawab yang akan dilaksanakan sebagai kewajiban mereka..

Pelaksanaan komunikasi organisasi pada pengelola Tambi Tea resort tidak hanya dilakukan oleh manajer dan anggotanya saja. Tujuan mereka melaksanakan komunikasi horizontal ini adalah karena sesama anggota divisi satu sama lain itu merupakan satu kesatuan yang mana sering kali mereka harus kerja sama dan saling membantu antar divisi. Pelaksanaan komunikasi organisasi secara horizontal yang dilaksanakan oleh antar anggota lebih banyak bersifat tidak formal sedangkan komunikasi organisasi antara ketua dengan ketua lebih banyak bersifat formal..

Berdasarkan hasil analisis peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan komunikasi horizontal yang dilakukan oleh pengelola Tambi Tea Resort cenderung bersifat informal pada komunikasi horizontal antar anggota sedangkan komunikasi organisasi horizontal antar ketua lebih bersifat formal.

Arus komunikasi yang dibangun secara terus menerus diharapkan mampu untuk membentuk

pola komunikasi yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan pengelola Tambi Tea Resort sehingga berdampak pada prestasi kerja. Untuk itu diperlukan pola komunikasi di dalam organisasi tersebut dan interaksi diantara divisi satu dengan divisi yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti.

Pola komunikasi organisasi diperlukan dengan tujuan untuk pengembangan komunikasi yang baru agar pimpinan dapat melahirkan strategi atau planning yang inovatif dalam penerapan visi misi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa arus komunikasi vertikal yang diterapkan oleh pengelola Tambi Tea Resort membentuk pola komunikasi bintang atau semua arah.

### **Analisis Hambatan Komunikasi**

Dalam melaksanakan komunikasi organisasi sering kali hasil yang dicapai tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan kata lain, komunikasi yang dijalankan tidak efektif dan tidak mencapai sasaran dengan baik. Dalam pelaksanaannya komunikasi organisasi dapat



terhambat oleh beberapa faktor seperti kurang memahami proses komunikasi, perbedaan persepsi, perbedaan tingkatan jabatan, perbedaan tingkatan pendidikan, perbedaan gender, terjadinya penumpukan informasi, perbedaan bahasa yang digunakan dan adanya pemberian informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Hambatan yang terjadi pada pengelola *Tambi Tea Resort* adalah hambatan teknis dan hambatan semantik.

Hambatan teknis adalah hambatan yang terjadi pada keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Pada komunikasi organisasi pengelola *Tambi Tea Resort* faktor yang menghambat terjadinya komunikasi yaitu adanya masalah ketika penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan karena faktor fisik. Seperti alat komunikasi yang rusak, atau kesibukan pribadi. Hambatan semantik menjadi hambatan dalam komunikasi organisasi terjadi karena proses penyampaian pesan tidak diterima dengan baik oleh komunikan. dalam proses komunikasi organisasi pada pengelola *Tambi Tea*

*Resort* hambatan semantik yang sangat berpengaruh adalah karena adanya perbedaan latar belakang. Salah satu informan peneliti mengungkapkan bahwa, perbedaan usia, pendidikan, dan gender juga bisa menjadi hambatan dalam berkomunikasi. Hal ini tentunya merujuk pada perbedaan persepsi penerima pesan yang mana kerap kali ditemui bahwa persepsi masing-masing individu dalam menerima pesan komunikasi berbeda-beda tergantung dari seberapa tanggap komunikan memahami pesan yang disampaikan.

### **Dinamika Komunikasi dalam Agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo**

#### **Fase awal berdiri**

Pada fase awal berdirinya agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar berhasil dikelola berkat dukungan kuat dari para karyawan. Namun pada fase awal berdirinya, Agrowisata Kebun Teh Tambi mengalami kendala atau hambatan berupa kurangnya sumber daya manusia (SDM) profesional yang mengelola agrowisata. Kurangnya keahlian dan

pengalaman dalam industri pariwisata membatasi kemampuan Agrowisata Tambi untuk berkembang secara optimal. Selain terbatasnya SDM komunikasi yang berjalan pada fase awal berdiri ini masih kurang efektif karena media komunikasi yang tersedia belum modern.

Pada tahun 2000-an teknologi komunikasi seperti internet dan ponsel pintar belum umum digunakan. Akibatnya, komunikasi lebih banyak dilakukan secara non-verbal seperti melalui surat dan secara verbal tatap mata baik itu komunikasi antar sesama pengelola maupun komunikasi dengan para pengunjung.

### **Fase Berkembang**

Pada periode tahun 2010 hingga 2018 agrowisata Kebun Teh Tambi mengalami masa keemasan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Kemajuan teknologi yang ada juga mendukung proses komunikasi di Agro Tambi pada fase berkembang ini. Pengelola Agrowisata mulai memanfaatkan media komunikasi baru seperti handphone dan media elektronik lainnya yang membawa

berbagai manfaat signifikan dalam mengurangi hambatan komunikasi dan meningkatkan efektivitas koordinasi serta media promosi.

Namun, pada fase berkembang ini muncul kompetitor baru di sektor agrowisata yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung. Persaingan yang semakin ketat di industri villa dan resort di kawasan dataran tinggi Dieng menuntut Agro Tambi untuk lebih inovatif dalam strategi pemasaran dan pengelolaan guna mempertahankan dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

### **Fase *Rebranding***

Untuk menghadapi kompetitor yang semakin ketat di industri yang sama, agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar melakukan rebranding menjadi Tambi Tea Resort. Langkah ini diambil dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik dan citra. Rebranding ini melibatkan pembaruan fasilitas, layanan serta penerapan strategi pemasaran yang lebih modern dan relevan dengan pembaruan masa kini. Dalam proses rebranding, Tambi Tea Resort

melakukan peningkatan dan modernisasi berbagai fasilitas mencakup renovasi bangunan, peningkatan kualitas akomodasi, pengembangan area resort serta penambahan fasilitas baru seperti restoran, cafe dan pusat oleh-oleh.

Peningkatan layanan kepada para pengunjung juga ditingkatkan untuk memberikan pengalaman yang lebih memuaskan. Strategi pemasaran modern termasuk penggunaan media sosial, kampanye digital dan kolaborasi dengan influencer juga dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pengunjung baru

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti melalui observasi, wawancara serta dokumentasi mengenai Dinamika Komunikasi Organisasi dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Komunikasi organisasi di *Tambi Tea Resort* telah berjalan secara efektif, yang ditandai dengan koordinasi yang baik antar karyawan dan

manajemen. Perkembangan agrowisata Kebun Teh Tambi Kejajar Wonosobo telah melewati 3 fase yang menunjukkan dinamika yang kompleks namun progresif.

- b. Penggunaan media sosial instagram oleh pengelola *Tambi Tea Resort* masih kurang interaktif. Meskipun *Tambi Tea Resort* aktif di media sosial seperti instagram, penggunaan platform ini belum sepenuhnya optimal. Tingkat interaksi (engagement) dengan pengikut yang masih rendah.
- c. Pengelola *Tambi Tea Resort* berhasil menjalin komunikasi dengan pihak eksternal dan stakeholder yang baik.
- d. Hambatan utama dalam komunikasi organisasi pada pengelola *Tambi Tea Resort* adalah perbedaan persepsi dalam penerimaan pesan.
- e. Interaksi dan dinamika komunikasi di *Tambi Tea Resort* telah berkontribusi secara positif terhadap

pembangunan berkelanjutan. Komunikasi organisasi yang efektif memungkinkan perencanaan dan implementasi inisiatif keberlanjutan karyawan yang melibatkan karyawan, komunitas lokal, dan stakeholder lainnya.

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti tulis di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk Tambi Tea Resort

- a. Memperkuat evaluasi dan feedback, mengoptimalkan penggunaan media komunikasi elektronik, mengembangkan keterampilan komunikasi, meningkatkan transparansi dan memupuk semangat kerja
- b. Meningkatkan kualitas dan variasi konten, menjaga konsistensi posting, berinteraksi aktif dengan pengikut, serta menggunakan promosi berbayar dan

berkolaborasi dengan influencer

- c. Memperluas partisipasi dalam event atau acara lokal, mengembangkan program CSR, mengoptimalkan penggunaan media sosial atau media massa, memperkuat hubungan dengan komunitas lokal, memastikan transparansi dan meningkatkan keterampilan komunikasi, Tambi Tea Resort dapat lebih memperkuat komunikasi dengan pihak eksternal dan stakeholder.
- d. Meningkatkan keterbukaan dan transparansi dalam berkomunikasi, memperkuat jelasnya informasi yang disampaikan dalam berkomunikasi, mendorong komunikasi dua arah dan melakukan evaluasi serta koreksi secara berkala.