https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No. 02, Hal: 153 –159

Upaya Membangun Iklim Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Stjerne Dining & Brew

[1]Ananda Dias Priyadi, [2]Dinda Lisna Amilia, [3]Teguh Priyo Sadono
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
nandadiaz9346@gmail.com

Abstrak
Artikel ini membahas upaya membangun iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan Stjerne Dining & Brew. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan komunikasi yang cepat, jelas, dan terkoordinasi pada operasional food and beverage, khususnya antara manajemen, bar, kitchen, dan dining area. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif eksploratif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi kepada unsur manajemen serta karyawan operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi berjalan cukup terbuka, suportif, dan partisipatif. Kepercayaan terlihat dari pelimpahan tanggung jawab dalam reservasi besar, keputusan partisipatif muncul melalui meeting lintas divisi, kejujuran tampak saat karyawan menyampaikan kendala layanan, dan komunikasi ke bawah membantu kejelasan instruksi kerja. Meski demikian, komunikasi ke atas masih perlu diperbaiki karena sebagian masukan karyawan, terutama terkait kebutuhan tenaga freelance saat event besar, belum memperoleh tindak lanjut yang jelas. Artikel ini menyimpulkan bahwa iklim komunikasi yang sehat mampu memperkuat rasa dihargai, keterlibatan, tanggung jawab, dan motivasi kerja karyawan.
Kata kunci: Kata kunci: Iklim komunikasi organisasi, motivasi kerja, karyawan, food and beverage.

Abstract
This article discusses efforts to build an organizational communication climate in improving employee work motivation at Stjerne Dining & Brew. The study was conducted because food and beverage operations depend on quick, clear, and coordinated communication among management, bar, kitchen, and dining area teams. A descriptive exploratory qualitative approach was used through semi-structured interviews, observation, and documentation involving operational management and employees. The findings show that the communication climate is generally open, supportive, and participatory. Trust is reflected in the delegation of responsibility for large reservations; participatory decision-making appears in cross-division meetings; honesty is visible when employees report service problems; and downward communication helps employees understand work instructions. However, upward communication still needs improvement because several employee inputs, especially the request for additional freelance workers during large events, have not received clear follow-up. The study concludes that a healthy communication climate strengthens employees' sense of appreciation, involvement, responsibility, and motivation to maintain service quality.
Keyword: *Keywords : organizational communication climate, work motivation, employees, food and beverage.*

Pendahuluan

Industri food and beverage berkembang dalam persaingan yang tidak hanya bertumpu pada rasa makanan, desain tempat, atau kecepatan pelayanan. Di balik itu, terdapat komunikasi yang menentukan apakah tim dapat bekerja secara terkoordinasi atau justru mengalami hambatan informasi. Dalam bisnis restoran, perubahan kecil seperti jadwal reservasi,

permintaan pelanggan mendadak, atau kesalahan input pesanan dapat berdampak pada bagian bar, kitchen, dining area, hingga manajemen. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia tidak dapat dipisahkan dari cara organisasi membangun komunikasi internalnya. Fajri et al. (2024) menegaskan bahwa keberlanjutan usaha kuliner memerlukan strategi pengembangan yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga kemampuan organisasi mengelola tantangan operasional. Dalam konteks ini, komunikasi organisasi membantu anggota memahami tugas, menghindari tumpang tindih informasi, dan menjaga koordinasi kerja (Lestari et al., 2025).

Komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan pemaknaan pesan antarbagian yang membentuk organisasi. Pace dan Faules (2006) memandang organisasi sebagai susunan unit komunikasi yang saling berhubungan dalam struktur tertentu. Komunikasi tidak hanya mencakup penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan, tetapi juga bagaimana pesan diterima, ditafsirkan, dan digunakan sebagai dasar tindakan. Di lingkungan kerja yang bergerak cepat seperti restoran, proses ini menjadi penting karena setiap divisi bekerja dalam ritme yang saling bergantung.

Iklim komunikasi organisasi menjadi konsep yang relevan untuk melihat kualitas suasana komunikasi tersebut. Pace dan Faules (2006) menjelaskan enam indikator iklim komunikasi, yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan secara partisipatif, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, kemampuan mendengarkan dalam komunikasi ke atas, serta perhatian terhadap pencapaian kinerja tinggi. Muspawi et al. (2023) menekankan bahwa iklim komunikasi berkaitan dengan persepsi anggota terhadap proses komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi. Dengan demikian, suasana komunikasi yang terbuka, jujur, dan saling mendukung dapat membentuk lingkungan kerja yang lebih nyaman.

Stjerne Dining & Brew sebagai usaha di bidang F&B membutuhkan koordinasi antardivisi yang cepat dan terintegrasi. Aktivitas pelayanan melibatkan kerja bar, kitchen, dining area, serta manajemen operasional. Dalam praktiknya masih muncul persoalan miskomunikasi antardivisi yang menyebabkan ketidaksinkronan informasi dan berpotensi mengganggu operasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi perlu dibangun secara sadar. Fernando dan Mukrodi (2025) menyebut komunikasi organisasi berperan dalam menghubungkan proses, teknik, dan faktor efektivitas kerja.

Motivasi kerja merupakan dorongan yang membuat seseorang berusaha, mengarahkan kemampuan, dan bertahan dalam pekerjaan untuk mencapai tujuan tertentu (Muflihin, 2024). Esisuarni et al. (2024) menambahkan bahwa motivasi tampak dari semangat karyawan untuk memberikan hasil terbaik. Motivasi tidak hanya dipengaruhi gaji atau aturan kerja, tetapi juga rasa dihargai, kesempatan menyampaikan pendapat, hubungan dengan rekan kerja, dan kejelasan komunikasi dari pimpinan. Istiqomah dan Suhartini (2015) menunjukkan bahwa iklim komunikasi memiliki hubungan dengan kinerja melalui motivasi kerja.

Penelitian ini juga membaca motivasi karyawan melalui hierarki kebutuhan Maslow. Sunarya (2022) menjelaskan bahwa teori tersebut dapat digunakan untuk memahami dorongan individu dalam organisasi, mulai dari kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, hingga aktualisasi diri. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini berfokus pada pertanyaan bagaimana iklim komunikasi organisasi di Stjerne Dining & Brew dalam upaya meningkatkan

motivasi kerja karyawan serta menjelaskan hubungan keduanya dalam konteks organisasi F&B.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif eksploratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan karyawan terhadap iklim komunikasi organisasi di tempat kerja. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Jenis deskriptif eksploratif digunakan karena penelitian ini tidak menguji hipotesis, melainkan menggambarkan secara mendalam pola komunikasi, hambatan, dan kaitannya dengan motivasi karyawan di Stjerne Dining & Brew.

Subjek penelitian terdiri dari unsur manajemen operasional dan karyawan yang terlibat langsung dalam aktivitas kerja, antara lain Manager Operasional, Leader Dining Area, Leader Bar, Head Chef, Barista, serta karyawan operasional. Objek penelitian adalah penerapan iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan Stjerne Dining & Brew. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, sedangkan data sekunder diperoleh melalui observasi dan dokumentasi perusahaan. Teknik analisis data mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, sehingga temuan tidak hanya bertumpu pada satu informan atau satu cara pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi di Stjerne Dining & Brew secara umum terbentuk melalui hubungan kerja yang terbuka, suportif, dan partisipatif. Suasana ini terlihat dalam briefing sebelum event, koordinasi antardivisi, rapat lintas bagian, serta kebiasaan menyampaikan kendala ketika terjadi masalah pelayanan. Dalam konteks Stjerne Dining & Brew, komunikasi menjadi pengikat kerja antara bar, kitchen, dining area, dan manajemen, terutama ketika restoran menghadapi reservasi besar atau keluhan pelanggan.

Indikator pertama adalah kepercayaan. Kepercayaan terlihat ketika manajemen memberikan tanggung jawab kepada tim operasional untuk menangani reservasi besar dengan jumlah pelanggan sekitar 50–100 orang. Pelimpahan tanggung jawab kepada Leader Dining Area merupakan bentuk keyakinan bahwa karyawan memiliki kemampuan memahami situasi di lapangan. Manager Operasional menyampaikan bahwa tanggung jawab event banyak diberikan kepada leader yang berhadapan langsung dengan pelanggan karena memahami detail kebutuhan acara. Pola ini membuat karyawan merasa dipercaya dan tidak hanya diposisikan sebagai pelaksana perintah. Ketika rasa percaya tumbuh, karyawan cenderung lebih berani mengambil tanggung jawab dan lebih terbuka saat menghadapi masalah.

Kepercayaan juga tampak dalam penanganan komplain pelanggan. Karyawan dining area diberi ruang untuk menjelaskan kendala dan menawarkan solusi seperti compliment product atau voucher ketika makanan terlambat keluar. Pada Stjerne Dining & Brew, kepercayaan dari manajemen menumbuhkan rasa percaya diri, tanggung jawab, dan rasa memiliki terhadap pekerjaan.

Indikator kedua adalah pembuatan keputusan secara partisipatif. Stjerne Dining & Brew menerapkan pola diskusi lintas divisi ketika menangani event atau masalah operasional yang berdampak besar. Tim Kitchen, Bar, Dining Area, dan manajemen dilibatkan untuk membahas ketersediaan stok, alur pelayanan, pembagian tugas, dan kemungkinan kendala yang muncul. Karyawan juga diberi kesempatan menyampaikan pendapat mengenai penanganan komplain maupun kebutuhan event. Temuan ini menunjukkan bahwa partisipasi dapat hadir melalui diskusi kerja yang memberi ruang bagi suara karyawan

Keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan memberi pengaruh terhadap motivasi. Karyawan merasa pekerjaannya diperhatikan dan pengalamannya dianggap penting. Salah satu informan menyampaikan bahwa suasana kerja terasa lebih nyaman karena manajemen dan leader berembuk terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan. Kondisi tersebut menunjukkan hubungan antara partisipasi dan kebutuhan penghargaan. Pelibatan karyawan menumbuhkan komitmen karena keputusan tidak terasa sebagai tekanan sepihak.

Indikator ketiga adalah kejujuran. Budaya jujur terlihat ketika karyawan didorong untuk segera menyampaikan kesalahan input pesanan, keterlambatan produksi, atau miskomunikasi dengan pelanggan. Kejujuran menjadi penting karena operasional restoran bekerja dengan waktu yang ketat. Satu informasi yang ditutupi dapat menghambat kitchen, bar, maupun dining area. Informan dari tim kitchen menekankan bahwa kejelasan informasi dibutuhkan karena pekerjaan terbagi dalam banyak section dan harus dicek dengan teliti.

Karyawan juga menyampaikan bahwa suasana tim cenderung tidak saling menyalahkan ketika terjadi kesalahan. Kesalahan biasanya diawali dengan permintaan maaf dan penjelasan apa adanya. Pola ini membuat karyawan lebih aman untuk berbicara sehingga masalah dapat diselesaikan lebih cepat. Oleh karena itu, budaya jujur memperkuat iklim komunikasi yang solutif, memperlancar koordinasi, dan mendorong tanggung jawab kerja.

Indikator keempat adalah keterbukaan dalam komunikasi ke bawah. Keterbukaan terlihat dari cara atasan dan leader menyampaikan informasi terkait perubahan jadwal reservasi, persiapan event, prosedur kerja, maupun kendala yang muncul di lapangan. Ketika terjadi perubahan mendadak, manajemen menyampaikan informasi melalui rapat dan pesan tertulis serta memberi kesempatan kepada karyawan untuk bertanya. Keterbukaan informasi membuat karyawan tidak bekerja berdasarkan dugaan, melainkan arahan yang jelas.

Dalam hubungan Leader Bar dan Junior Barista, keterbukaan juga terlihat dari kesediaan leader menjelaskan ulang resep atau prosedur ketika junior mengalami kebingungan. Sikap ini membuat komunikasi ke bawah tidak terasa sebagai instruksi kaku, tetapi sebagai proses pendampingan. Keterbukaan komunikasi ke bawah membantu karyawan merasa lebih siap, tenang, dan percaya diri dalam menjalankan tugas.

Indikator kelima adalah kemampuan mendengarkan dalam komunikasi ke atas. Pada bagian ini ditemukan kelemahan yang cukup jelas. Karyawan sudah memiliki keberanian untuk menyampaikan masukan, tetapi belum semua masukan mendapat tindak lanjut yang memadai. Kasus yang paling menonjol adalah permintaan penambahan tenaga freelance ketika ada reservasi besar. Dari sisi karyawan, tambahan tenaga dianggap penting karena jumlah personel terbatas dan beban pelayanan meningkat. Namun, manajemen menilai jumlah karyawan yang ada masih dapat dimaksimalkan sehingga permintaan tersebut tidak disetujui.

Kondisi ini menunjukkan bahwa saluran komunikasi ke atas sudah tersedia, tetapi respons organisasi belum sepenuhnya memenuhi harapan karyawan. Karyawan tidak hanya membutuhkan kesempatan berbicara, tetapi juga penjelasan yang jelas mengenai alasan keputusan manajemen. Karena itu, Stjerne Dining & Brew perlu memperkuat mekanisme evaluasi setelah event besar, mencatat masukan karyawan, dan menyampaikan alasan keputusan secara lebih transparan.

Indikator keenam adalah perhatian terhadap pencapaian kinerja tinggi. Stjerne Dining & Brew menunjukkan komitmen ini melalui standar kebersihan, hospitality, kualitas pelayanan, dan kerja sama antardivisi. Karyawan diingatkan untuk menjaga area tetap steril, menjaga bahasa pelayanan, dan saling membantu ketika salah satu divisi menghadapi kendala. Perhatian terhadap kinerja tinggi tidak hanya berbentuk target, tetapi juga kebiasaan kerja yang disepakati bersama.

Perhatian terhadap kinerja juga diperkuat melalui dukungan dan apresiasi. Karyawan yang menunjukkan kinerja baik dan loyal dapat memperoleh service charge, bonus, atau kesempatan melakukan improvisasi yang berdampak positif bagi outlet. Apresiasi seperti ini berkaitan dengan kebutuhan penghargaan dalam teori Maslow. Di lingkungan kerja restoran, pujian, pengakuan, dan kesempatan berkembang menjadi dorongan yang dirasakan langsung oleh karyawan.

Jika dibaca melalui hierarki kebutuhan Maslow, iklim komunikasi organisasi di Stjerne Dining & Brew berperan dalam membantu pemenuhan kebutuhan karyawan. Kebutuhan fisiologis didukung melalui gaji, salary adjustment, tip pelanggan, serta fasilitas sederhana selama jam kerja. Kebutuhan keamanan didukung melalui BPJS Ketenagakerjaan dan jaminan kesehatan. Kebutuhan sosial terlihat dari hubungan kerja yang akrab dan tidak terlalu kaku, baik saat bekerja maupun melalui kegiatan bersama di luar pekerjaan. Kebutuhan penghargaan muncul ketika karyawan diberi kepercayaan, dilibatkan dalam diskusi, dan diapresiasi atas ide maupun kinerjanya. Sementara itu, kebutuhan aktualisasi diri terlihat dari kesempatan mengembangkan kemampuan pelayanan, upselling produk, pemahaman kopi, dan kemampuan menghadapi pelanggan.

Dengan demikian, hubungan antara iklim komunikasi dan motivasi kerja di Stjerne Dining & Brew dapat dipahami secara praktis. Kepercayaan membuat karyawan merasa mampu dan bertanggung jawab. Partisipasi membuat karyawan merasa memiliki peran. Kejujuran membuat karyawan berani menyelesaikan masalah. Keterbukaan komunikasi ke bawah membuat pekerjaan lebih jelas, sedangkan perhatian terhadap kinerja tinggi mendorong karyawan menjaga standar kerja. Satu aspek yang masih menjadi catatan adalah komunikasi ke atas, terutama dalam tindak lanjut masukan karyawan. Jika aspek ini diperbaiki, iklim komunikasi organisasi dapat menjadi lebih seimbang dan motivasi kerja karyawan dapat meningkat lebih kuat.

Penutup

Berdasarkan hasil pembahasan, iklim komunikasi organisasi di Stjerne Dining & Brew dapat dikatakan cukup baik. Iklim tersebut terbentuk melalui kepercayaan antara manajemen dan karyawan, pelibatan karyawan dalam keputusan operasional, kejujuran saat menyampaikan masalah, keterbukaan informasi dari atasan kepada bawahan, serta komitmen bersama terhadap

kualitas pelayanan. Beberapa unsur tersebut membuat suasana kerja lebih nyaman dan membantu karyawan merasa dilibatkan dalam organisasi. Motivasi kerja karyawan meningkat karena mereka merasa dipercaya, diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, memperoleh hubungan sosial yang baik, dan memiliki kesempatan mengembangkan kemampuan diri. Meskipun demikian, komunikasi ke atas masih perlu diperbaiki. Karyawan membutuhkan ruang komunikasi yang bukan hanya memberi kesempatan berbicara, tetapi juga memberi kepastian bahwa masukan mereka dicatat, dipertimbangkan, dan dijelaskan tindak lanjutnya. Masukan terkait kebutuhan tenaga freelance saat event besar menjadi contoh bahwa organisasi perlu memiliki mekanisme evaluasi yang lebih jelas. Jika manajemen dapat memperbaiki aspek ini, kebutuhan keamanan, penghargaan, dan aktualisasi diri karyawan dapat terpenuhi dengan lebih baik. Secara praktis, manajemen Stjerne Dining & Brew disarankan mempertahankan briefing, meeting lintas divisi, dan keterbukaan informasi yang sudah berjalan. Manajemen juga perlu membuat evaluasi rutin setelah event besar, menyusun catatan masukan karyawan, serta memberikan penjelasan atas keputusan yang diambil. Karyawan juga diharapkan tetap aktif menyampaikan kendala secara jelas dan bertanggung jawab. Untuk penelitian berikutnya, kajian ini dapat dikembangkan dengan membandingkan beberapa perusahaan F&B atau menggunakan metode kuantitatif agar hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja dapat diukur secara lebih luas.

Daftar Pustaka

Avera, S. K., & Nawawi, M. T. (2019). Pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan komitmen organisasi sebagai variabel mediasi pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Jakarta. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 1(4), 811-819. https://doi.org/10.33370/jpw.v21i2.342

Esisuarni, Alqadri, H., & Nellitawati. (2024). Pentingnya motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja karyawan. Jurnal Niara, 17(2), 478-488.

Fajri, M. H. F., Zaki, N. N., Pratama, R. A., & Noviyanti, I. (2024). Keberlanjutan usaha kuliner: Analisis tantangan dan strategi pengembangan. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 9, 2297-2314.

Fernando, L., & Mukrodi. (2025). Peran komunikasi dalam organisasi: Konsep, proses, teknik, dan faktor yang mempengaruhi efektivitasnya. 2(3), 134-139.

Goller, D., & Späth, M. (2024). 'Good job!' The impact of positive and negative feedback on performance. Sports Economics Review, 8. https://doi.org/10.1016/j.serev.2024.100045

Harianja, M. D. M., Ridha, M., Salmawati, Waduha, S., & Ni, F. (2025). Analisis iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan efektivitas kerja, kepuasan karyawan dan kualitas hubungan antar anggota di lingkungan kerja modern. Komunikasi Kewirausahaan, 1, 13-20.

Istiqomah, S. N., & Suhartini, S. (2015). Pengaruh disiplin kerja dan iklim komunikasi terhadap kinerja pegawai Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening. Jurnal Siasat Bisnis, 19(1), 89-97. https://doi.org/10.20885/jsb.vol19.iss1.art8

Lestari, R. H., Siswadi, G. A., & Puspadewi, I. D. A. (2025). Peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan pada perusahaan. VICARA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 19-26.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis. SAGE Publications.

Mu'alimin, Salsabilla, L. A., Jannah, S., & Amrullah, M. Z. (2024). Komunikasi dalam kepemimpinan organisasi. JMPAI: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam, 2(4), 64-80.

Muflihin, M. H. (2024). Motivasi kinerja.

Muspawi, M., Mika, Viola, M. A., & Karmila. (2023). Iklim komunikasi organisasi. Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan, 11(2), 32-37.

Pace, R. W., & Faules, D. F. (2006). Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan. PT Remaja Rosdakarya.

Sanjaya, R. A., Firlana, H., & Priyatno, M. B. (2025). Faktor motivasi kerja yang mempengaruhi produktivitas pegawai sektor publik di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis, 14(2), 2022-2038. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1571

Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. CV Alfabeta.

Sunarya, F. R. (2022). Urgensi teori hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow dalam sebuah organisasi. SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i, 9(2), 647-658. https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i3.25916

Wahyunie, S., Kanto, S., & Kriyantono, R. (2015). Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap efektivitas komunikasi interpersonal dan kepuasan kerja. Wacana, Jurnal Sosial dan Humaniora, 18(2), 102-115. https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2015.018.02.4