



Hambatan Komunikasi Organisasi Pada Layanan Antar Di Borma Cikutra

Aldi Ramadan ¹⁾; Ridma Meltareza ²⁾; Taufiq Muharamsyah ³⁾
^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Membangun

Email: ¹⁾ aldi976@student.inaba.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [10 Mei 2026]

Revised [22 Juni 2026]

Accepted [26 Juni 2026]

KEYWORDS

Komunikasi Organisasi,
Hambatan Komunikasi, Layanan
Antar.



This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk memahami jalannya komunikasi dalam sebuah organisasi dan hambatan komunikasi organisasi pada layanan antar (layar) di Borma Cikutra. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan informasi dilakukan melalui wawancara komprehensif, pengamatan, dan pengumpulan dokumen. Para narasumber dalam penelitian ini terdiri dari admin layanan antar dan staff gudang yang terlibat langsung dalam operasional layanan antar di Borma Cikutra. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam layanan antar berlangsung melalui komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal yang melibatkan admin layanan antar, gudang, pramuniaga, kasir, kurir, dan pelanggan. Media komunikasi utama yang digunakan adalah WhatsApp dan HT (Handy Talky). Hambatan komunikasi yang ditemukan meliputi hambatan semantik, hambatan teknis, dan hambatan organisasional. Hambatan semantik menjadi hambatan yang paling dominan akibat informasi pesanan pelanggan yang kurang jelas maupun tidak lengkap. Hambatan komunikasi berdampak terhadap keterlambatan pelayanan, risiko kesalahan pelayanan, serta meningkatnya beban komunikasi admin layanan antar. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan komunikasi meliputi konfirmasi ulang pesanan pelanggan, pengecekan ulang barang, meningkatkan koordinasi antarpegawai, serta menerapkan komunikasi pelayanan yang responsif kepada pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to understand the course of communication in an organization and organizational communication barriers in delivery services at Borma Cikutra. The study used a qualitative approach with descriptive methods. Information gathering techniques were carried out through comprehensive interviews, observations, and document collection. The informants in this study consisted of delivery service admins and warehouse staff directly involved in delivery service operations at Borma Cikutra. Data analysis techniques used the Miles and Huberman model through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that organizational communication in delivery services occurs through vertical, horizontal, and diagonal communication involving delivery service admins, warehouse staff, cashiers, couriers, and customers. The main communication media used are WhatsApp and HT (Handy Talky). Communication barriers found include semantic, technical, and organizational barriers. Semantic barriers are the most dominant obstacle due to unclear and incomplete customer order information. Communication barriers impact service delays, service errors, and increased communication burden on delivery service admins. Efforts to overcome communication barriers include reconfirming customer orders, rechecking goods, improving employee coordination, and implementing responsive service communication.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri retail modern telah mendorong terjadinya transformasi pelayanan yang mengintegrasikan sistem offline dan online untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. Perubahan tersebut menyebabkan layanan pesan antar (delivery service) menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing perusahaan retail. Di Indonesia, perkembangan layanan delivery semakin meningkat sejak Wabah COVID-19 telah menyebabkan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen. praktis, cepat, dan berbasis teknologi (Ira Aprilianti & Felippa Amanta, 2020) . Saat ini, layanan antar tidak lagi dipandang sebagai nilai tambah, melainkan telah menjadi bagian penting dalam memenuhi ekspektasi konsumen modern.

Sebagai salah satu retail yang sedang beradaptasi dengan sistem pelayanan berbasis integrasi offline dan online, Borma Cikutra menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan operasional layanan antar. Pelaksanaan layanan antar melibatkan berbagai unit kerja seperti admin layanan antar, gudang, kasir, dan kurir yang harus berkoordinasi secara berkelanjutan untuk memastikan pelayanan berjalan efektif. Keterlibatan berbagai pihak dalam proses pelayanan tersebut meningkatkan kebutuhan

akan komunikasi organisasi yang efektif sekaligus memperbesar potensi terjadinya hambatan komunikasi.

Komunikasi organisasi memiliki peran penting sebagai mekanisme koordinasi antarunit kerja dalam suatu perusahaan. (Meltareza, 2023) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses yang kompleks yang melibatkan pertukaran informasi antaranggota organisasi secara berkelanjutan. Dalam konteks layanan antar retail, komunikasi tidak hanya berperan dalam menyampaikan data, tetapi juga berfungsi sebagai alat koordinasi, pengambilan keputusan, serta pengendalian operasional pelayanan. (Hanan et al., 2025) menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi dalam organisasi tidak hanya ditujukan untuk memberikan informasi, melainkan juga berperan dalam mengatur keselarasan kerja dan pengambilan keputusan sehari-hari.

Dalam praktiknya, berbagai hambatan komunikasi masih sering terjadi dalam operasional layanan antar. Miskomunikasi antarbagian dapat menyebabkan keterlambatan pelayanan, kesalahan pesanan, hingga terganggunya proses pengiriman kepada pelanggan. Kondisi tersebut pada akhirnya berdampak terhadap efektivitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan. (Fahrizal Harahap & Studi Manajemen Bisnis Syariah, 2025) menyatakan bahwa dialog yang tidak terorganisir dalam layanan delivery dapat menghambat alur kerja serta meningkatkan risiko kesalahan pelayanan.

Permasalahan komunikasi dalam layanan antar terpengaruh oleh sejumlah aspek yang memengaruhi cara komunikasi dalam organisasi. Penelitian (Rizky Ramdani et al., 2025) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara sistem daring dan luring menjadi salah satu kendala utama dalam penerapan strategi omnichannel sehingga informasi tidak selalu tersampaikan secara konsisten dan real-time. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi yang berdampak pada efektivitas pelayanan. Selain faktor sistem, hambatan komunikasi juga dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia seperti perbedaan pemahaman, kurangnya pelatihan komunikasi, serta tingginya beban kerja pegawai (Lubis et al., 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di Borma Cikutra, proses layanan antar masih dilakukan melalui sistem komunikasi digital berbasis WhatsApp yang melibatkan koordinasi antara admin layanan antar, gudang, dan kurir. Sistem pelayanan yang masih bersifat manual tersebut menyebabkan proses komunikasi sangat bergantung pada ketepatan penyampaian informasi serta koordinasi antarpegawai. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi, terutama ketika terjadi peningkatan jumlah pesanan pelanggan pada waktu-waktu tertentu.

Penelitian mengenai komunikasi organisasi pada sektor retail modern telah banyak dilakukan, namun Kebanyakan studi lebih mengedepankan mutu layanan dan tingkat kepuasan pelanggan, atau implementasi strategi omnichannel. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji hambatan komunikasi organisasi dalam operasional layanan antar retail modern masih cukup terbatas. Maka dari itu, studi ini memiliki kebaruan pada analisis hambatan komunikasi organisasi dalam layanan antar retail modern yang masih menggunakan sistem komunikasi digital berbasis WhatsApp dengan keterlibatan berbagai unit kerja dalam satu alur pelayanan.

Sesuai dengan penjelasan di atas, studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses komunikasi organisasi dan mengidentifikasi hambatan komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan layanan antar di Borma Cikutra. Secara konseptual, studi ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan dalam bidang studi komunikasi organisasi, khususnya pada konteks layanan antar retail modern. Secara praktis, temuan dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan saran untuk pihak pengelola retail dalam meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas pelayanan layanan antar.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi yang terjadi antaranggota organisasi dalam rangka mencapai tujuan bersama. Komunikasi menjadi elemen penting dalam organisasi karena berfungsi sebagai sarana koordinasi, pengambilan keputusan, serta pengendalian aktivitas kerja. (Meltareza, 2023) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses yang kompleks yang melibatkan pertukaran informasi antaranggota organisasi secara berkelanjutan. Melalui komunikasi yang efektif, Setiap individu dalam organisasi dapat mengerti peran, kewajiban, dan tujuan yang ingin diraih organisasi. Selain itu, komunikasi organisasi juga berperan dalam membangun koordinasi, kerja sama, dan pemahaman bersama antaranggota organisasi agar sasaran organisasi bisa dicapai dengan cara yang lebih efisien. (Meltareza & Wiryany, 2024) Dalam organisasi, komunikasi dapat berlangsung melalui komunikasi ke atas, ke bawah, dan di seluruh. Komunikasi ke atas melibatkan interaksi antara pihak yang lebih tinggi dan lebih rendah dalam suatu organisasi. atasan dan bawahan dalam struktur organisasi. Komunikasi horizontal berlangsung



antarpegawai yang memiliki tingkat jabatan setara, sedangkan komunikasi diagonal terjadi antarbagian kerja yang berbeda dalam struktur organisasi. (Hati et al., 2025) menjelaskan bahwa komunikasi yang baik memastikan seluruh elemen organisasi dapat bekerja secara sinergis sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

Komunikasi organisasi memiliki peran penting dalam kegiatan pelayanan karena seluruh proses operasional membutuhkan koordinasi dan pertukaran informasi yang cepat serta akurat. Ketidakefektifan komunikasi dapat menyebabkan terjadinya kesalahan informasi, keterlambatan kerja, hingga menurunnya kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dalam perkembangan penelitian kontemporer, komunikasi organisasi juga dipandang sebagai sistem yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan dinamika sosial. Perkembangan teknologi digital menyebabkan organisasi harus mampu menyesuaikan pola komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian informasi. Pemanfaatan media digital dalam organisasi membantu mempercepat distribusi informasi, meningkatkan efektivitas koordinasi, serta mendukung kelancaran proses komunikasi dalam pelaksanaan aktivitas organisasi. (Tawaqal et al., 2024) Pemanfaatan media komunikasi digital memungkinkan proses koordinasi kerja berlangsung lebih cepat dan efisien, terutama pada organisasi yang bergerak di bidang pelayanan. Selain mendukung kelancaran operasional organisasi, komunikasi yang efektif juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. (Alifiyah et al., 2025) menjelaskan bahwa pelayanan yang baik yang didukung oleh komunikasi yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi organisasi menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana interaksi dan koordinasi antarpegawai Borma Cikutra berlangsung dalam operasional layanan antar (layar).

Hambatan Komunikasi organisasi

Hambatan komunikasi merupakan segala bentuk gangguan yang menghambat proses penyampaian informasi sehingga pesan yang disampaikan tidak dapat diterima atau dipahami secara tepat oleh penerima pesan. Robbins dan Judge (2017) mendefinisikan hambatan komunikasi sebagai faktor-faktor yang menghalangi atau mengganggu proses penyampaian informasi sehingga pesan tidak dapat dipahami dengan baik. Hambatan komunikasi dalam organisasi dapat berasal dari berbagai sumber, baik yang bersifat teknis maupun nonteknis. (Simabur, 2022) menjelaskan bahwa proses komunikasi melibatkan komunikator, pesan, media, dan komunikan sehingga gangguan dapat terjadi pada setiap tahapan komunikasi tersebut. Dalam praktik organisasi, hambatan komunikasi dapat berupa hambatan semantik, teknis, psikologis, maupun organisasional.

Selain dipengaruhi oleh faktor teknis dan media komunikasi, hambatan komunikasi juga dapat muncul akibat kurangnya keterbukaan, lemahnya koordinasi, serta rendahnya dukungan komunikasi antaranggota organisasi. Kondisi tersebut dapat menyebabkan informasi tidak tersampaikan secara optimal sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam pelaksanaan pekerjaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Amelia Putri et al., 2025) yang menunjukkan adanya permasalahan komunikasi antarpribadi dalam organisasi, seperti minimnya keterbukaan antara pimpinan dan staf, kurangnya dukungan dari atasan maupun rekan kerja, serta terbatasnya transparansi dalam penyampaian informasi. Kondisi tersebut dapat menghambat efektivitas komunikasi dan berdampak pada pelaksanaan aktivitas organisasi.

Hambatan semantik terjadi akibat perbedaan pemahaman terhadap makna pesan yang disampaikan. Hambatan teknis berkaitan dengan gangguan media komunikasi yang digunakan. Hambatan psikologis muncul akibat kondisi emosional maupun persepsi individu, sedangkan hambatan organisasional berkaitan dengan struktur organisasi, koordinasi kerja, serta aliran informasi yang kurang efektif. (Meltareza & Poedjadi, 2024) menjelaskan bahwa hambatan komunikasi dalam organisasi sering muncul akibat kurangnya koordinasi, perbedaan persepsi, serta keterbatasan media komunikasi yang digunakan. Apabila tidak dikelola dengan baik, hambatan komunikasi dapat menimbulkan berbagai dampak seperti keterlambatan kerja, kesalahan pelayanan, konflik antarpegawai, hingga menurunnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan operasional organisasi.

Layanan Antar Pada Retail Modern

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan retail untuk mengembangkan berbagai inovasi pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah layanan antar (delivery service) yang memungkinkan pelanggan memperoleh produk tanpa harus datang langsung ke toko. Layanan antar merupakan bagian dari transformasi digital dalam industri retail yang mengintegrasikan pelayanan offline dan online. Pertumbuhan layanan delivery semakin meningkat seiring perubahan perilaku konsumen yang menginginkan pelayanan yang cepat, praktis, dan berbasis teknologi (Ira Aprilianti & Felippa Amanta, 2020). Dalam pelaksanaannya, layanan antar melibatkan

berbagai pihak seperti admin, gudang, kasir, dan kurir yang harus berkoordinasi secara efektif agar pelayanan dapat berjalan dengan baik.

(Jaya & Rama Chandra, 2026) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan minat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Oleh karena itu, keberhasilan layanan antar tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi organisasi yang mendukung operasional pelayanan. Dalam layanan antar retail modern, komunikasi digital menjadi bagian penting dalam operasional pelayanan. Pemanfaatan media komunikasi digital memungkinkan penyampaian informasi berlangsung lebih cepat dan efisien, sehingga mampu mendukung koordinasi antarbagian dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Ira Aryanti et al., 2022).

Dalam konteks layanan antar retail modern, komunikasi yang efektif menjadi faktor penting untuk memastikan informasi pesanan dapat tersampaikan secara akurat, proses pelayanan berjalan tepat waktu, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan tetap terjaga. Dengan demikian, komunikasi organisasi dan pengelolaan hambatan komunikasi menjadi aspek yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan layanan antar pada retail modern.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk mendalami secara menyeluruh proses komunikasi organisasi serta hambatan komunikasi yang terjadi dalam layanan antar di Borma Cikutra. Metode deskriptif diterapkan untuk menjelaskan kejadian yang berlangsung berdasarkan kondisi nyata di lapangan tanpa melakukan perubahan terhadap objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di Borma Cikutra yang berlokasi di Kota Bandung. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada adanya layanan antar (layanan layar) yang melibatkan berbagai pihak dalam proses operasional, seperti admin layanan antar, gudang, dan kurir, sehingga memungkinkan terjadinya berbagai bentuk komunikasi organisasi maupun hambatan komunikasi. Informan Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Para partisipan dalam studi ini terdiri dari admin layanan antar dan staf gudang yang terlibat langsung dalam operasional layanan antar di Borma Cikutra.

Teknik pengumpulan informasi dilakukan dengan cara wawancara mendalam, pengamatan, dan pengumpulan dokumen. Wawancara berfungsi untuk mendapatkan data tentang proses komunikasi organisasi, hambatan komunikasi, serta upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan komunikasi pada layanan antar. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas komunikasi dan koordinasi yang berlangsung selama operasional layanan antar. Sementara itu, pencatatan digunakan sebagai informasi tambahan yang berupa arsip, gambar acara, serta dokumen yang berhubungan dengan operasional layanan antar.

Teknik analisis data dengan memanfaatkan model Miles dan Huberman yang mencakup pemangkasan data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Pemangkasan data dilaksanakan dengan memilih serta memusatkan perhatian pada data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam format uraian naratif agar memudahkan proses interpretasi data, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh selama penelitian. Untuk memastikan keandalan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek informasi dari berbagai narasumber, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara, observasi, serta dokumentasi sehingga data yang didapatkan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Proses Komunikasi Organisasi dalam Layanan Antar

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi organisasi dalam layanan antar di Borma Cikutra berlangsung melalui komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal. Komunikasi tersebut melibatkan admin layanan antar, gudang, pramuniaga, kasir, kurir, dan pelanggan dalam satu sistem pelayanan yang saling berkaitan. Dalam operasional pelayanan, admin layanan antar menjadi pusat komunikasi utama karena seluruh informasi pesanan pelanggan diterima dan dikoordinasikan kepada bagian kerja lainnya. Proses komunikasi dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi digital seperti WhatsApp dan HT (Handy Talky).



Berdasarkan hasil wawancara dengan informan A1 dan A2 selaku Admin Layanan Antar, proses komunikasi organisasi pada layanan antar Borma Cikutra dimulai ketika pelanggan menghubungi nomor WhatsApp layanan antar untuk melakukan pemesanan. Admin kemudian memberikan formulir pemesanan agar data pesanan pelanggan dapat tersusun dengan lebih terstruktur dan meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan informasi.

Hal tersebut disampaikan oleh narasumber A1 sebagai berikut: *"Ketika ada orderan masuk melalui WA kita kasih form order dulu agar barang yang di order tersusun dan tidak ada yang terlewat termasuk no hp member card customer."*

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Informan A2 yang menjelaskan: *"Konsumen WA ke nomor layanan antar, admin memberi ketentuan belanja online dan form untuk belanja online."*

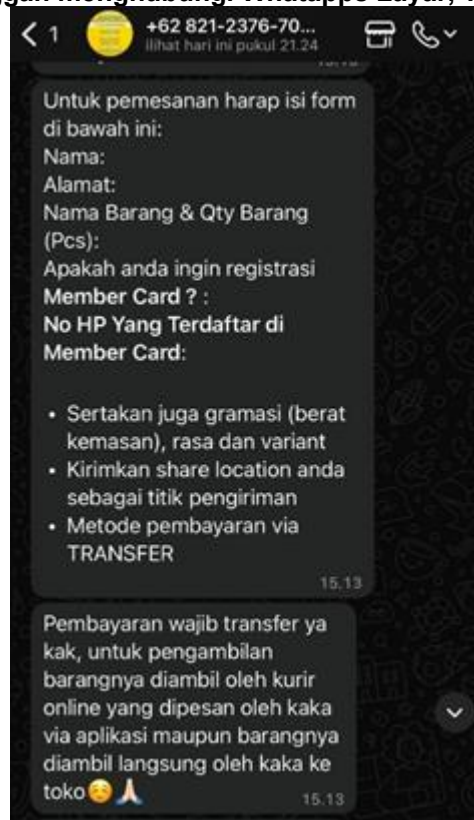
Setelah formulir diterima dan diisi oleh pelanggan, admin mulai melakukan proses pengambilan barang sesuai dengan pesanan pelanggan. Dalam pelaksanaannya, admin dapat mengambil barang secara mandiri maupun berkoordinasi dengan pramuniaga dan staf gudang apabila barang yang dicari tidak tersedia di area penjualan.

Hal tersebut dijelaskan oleh narasumber G1 selaku staf gudang:

"Customer menghubungi admin layer, lalu admin layer menyiapkan pesanan melalui staff pramuniaga atau secara mandiri, jika barang kosong maka akan meminta ke staff gudang untuk segera dibawakan barang tersebut."

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam layanan antar tidak hanya melibatkan komunikasi antara pelanggan dan admin, tetapi juga melibatkan koordinasi internal antara admin, pramuniaga, gudang, kasir, keamanan, dan kurir eksternal. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa komunikasi berlangsung secara berkelanjutan selama proses pelayanan. Admin melakukan pengecekan ulang terhadap barang yang telah diambil dengan cara memfoto produk dan mengirimkannya kepada pelanggan sebelum transaksi dilakukan. Observasi menunjukkan bahwa admin secara aktif melakukan koordinasi dengan gudang ketika terdapat barang yang sulit ditemukan atau stok barang tidak tersedia di area penjualan. Selain itu, komunikasi dengan pelanggan terus dilakukan hingga proses pembayaran dan pengiriman selesai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi menjadi bagian yang sangat penting dalam menjaga kelancaran operasional layanan antar karena setiap tahapan pelayanan sangat bergantung pada ketepatan informasi yang disampaikan antarbagian kerja.

Gambar 1. Pelanggan menghubungi Whatapps Layan, Tahun 2026



Dokumentasi ini menunjukkan tahap awal komunikasi antara pelanggan dan admin layanan antar. Pada tahap ini admin memberikan formulir pemesanan dan menjelaskan ketentuan layanan kepada pelanggan.

Gambar 2. Komunikasi antara admin layar dan Gudang, Tahun 2026

Dokumentasi ini menunjukkan proses koordinasi internal ketika admin layanan antar atau layar membutuhkan bantuan gudang untuk menyediakan barang yang tidak tersedia di area penjualan.

Gambar 3. Proses Penerimaan barang oleh kurir, Tahun 2026

Dokumentasi ini memperlihatkan tahap akhir komunikasi organisasi, yaitu ketika informasi pengiriman diteruskan kepada kurir dan barang dikirimkan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat diketahui bahwa proses komunikasi organisasi dalam layanan antar Borma Cikutra berlangsung melalui komunikasi internal dan eksternal secara bersamaan. Komunikasi eksternal terjadi antara admin dan pelanggan melalui WhatsApp, sedangkan komunikasi internal terjadi antara admin, gudang, pramuniaga, kasir, keamanan, dan kurir selama proses pelayanan berlangsung. Temuan penelitian juga menunjukkan adanya komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal sebagaimana dijelaskan dalam teori komunikasi organisasi. Komunikasi horizontal terlihat dalam

koordinasi antara admin dan staf gudang, sedangkan komunikasi diagonal terlihat ketika admin berkoordinasi langsung dengan kurir eksternal untuk mempercepat proses pelayanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat (Meltareza, 2023) yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi yang berlangsung secara berkelanjutan untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi. Dalam konteks layanan antar Borma Cikutra, komunikasi berfungsi sebagai sarana koordinasi yang menghubungkan seluruh bagian kerja sehingga pelayanan kepada pelanggan dapat berjalan secara efektif.

Hambatan Komunikasi Organisasi dalam Layanan Antar Borma Cikutra

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa hambatan komunikasi dalam layanan antar Borma Cikutra terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu hambatan semantik, hambatan teknis, dan hambatan organisasional. Hambatan tersebut muncul selama proses komunikasi antara pelanggan, admin layanan antar, staf gudang, dan pihak kurir yang terlibat dalam pelayanan.

Hambatan Semantik

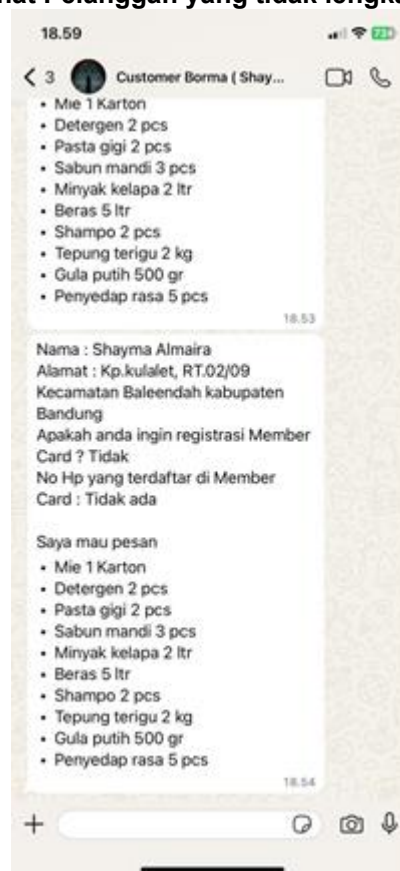
Hambatan semantik merupakan hambatan yang terjadi akibat perbedaan pemahaman terhadap informasi yang disampaikan. Dalam layanan antar Borma Cikutra, hambatan semantik umumnya muncul karena informasi pesanan yang diberikan pelanggan tidak lengkap atau menimbulkan penafsiran yang berbeda.

Narasumber A1 menjelaskan : *“Miskomunikasi pernah terjadi karena foto tipe yang dikirim dengan deskripsi yang diketik berbeda, misal di foto rasa vegetable tapi yang dia ketik ori.”*

Selain itu, narasumber A1 juga menjelaskan bahwa kendala komunikasi yang sering terjadi berkaitan dengan: *“Jenis barang, tipe barang, harga belum update, isi (neto) barang.”*

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa pelanggan sering kali tidak menuliskan informasi produk secara lengkap, seperti ukuran, gramasi, maupun jenis produk yang diinginkan. Kondisi tersebut menyebabkan admin harus melakukan konfirmasi ulang sebelum pesanan diproses. Temuan ini juga telah dicatat dalam hasil observasi penelitian yang menunjukkan bahwa pelanggan sering tidak mencantumkan detail barang secara lengkap.

Gambar 4. Chat Pelanggan yang tidak lengkap, Tahun 2026



Dokumentasi ini menunjukkan adanya informasi pesanan yang belum lengkap sehingga admin perlu melakukan komunikasi tambahan untuk memastikan kesesuaian pesanan pelanggan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital berbasis WhatsApp memiliki risiko terjadinya perbedaan interpretasi informasi. Tidak adanya komunikasi tatap muka menyebabkan admin harus mengandalkan pesan teks dan foto yang dikirim pelanggan. Akibatnya, perbedaan pemahaman mengenai produk dapat menimbulkan miskomunikasi yang berpotensi memengaruhi proses pelayanan.

Hambatan Teknis

Hambatan teknis berkaitan dengan penggunaan media komunikasi yang mendukung operasional layanan antar. Dalam penelitian ini, hambatan teknis ditemukan pada penggunaan WhatsApp dan HT (Handy Talky) yang digunakan sebagai media komunikasi utama.

Narasumber A2 menjelaskan bahwa salah satu kendala komunikasi yang sering terjadi adalah: *“Konsumen yang lama merespon atau tidak online (ceklis satu pada WhatsApp).”*

Sementara itu, gudang menjelaskan: *“Pernah, dikarenakan frekuensi HT suka terputus, pernah terjadi kesalahpahaman terkait barang yang diminta.”*

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa proses komunikasi layanan antar sangat bergantung pada media komunikasi digital. Ketika pelanggan terlambat merespons atau ketika komunikasi melalui HT mengalami gangguan, proses pelayanan menjadi lebih lambat dibandingkan kondisi normal.

Gambar 5 Penggunaan WhatApps dalam Operasional Layar, Tahun 2026



Dokumentasi ini memperlihatkan bahwa hampir seluruh proses komunikasi dengan pelanggan dilakukan melalui WhatsApp. Dari mulai menerima pesanan dari pelanggan sampai penyerahan barang ke kurir untuk dikirim ke pelanggan.

Gambar 6 Penggunaan HT Oleh Staff Gudang, Tahun 2026





Dokumentasi ini menunjukkan penggunaan HT sebagai media komunikasi internal yang digunakan untuk mempercepat koordinasi antarpegawai.

Ketergantungan terhadap media komunikasi digital memberikan kemudahan dalam pelayanan, tetapi juga menciptakan hambatan ketika terjadi gangguan teknis. Keterlambatan respons pelanggan maupun gangguan sinyal HT menyebabkan informasi tidak dapat diterima secara cepat sehingga memengaruhi kelancaran koordinasi antarbagian.

Hambatan Organisasial

Hambatan organisasional berkaitan dengan kondisi operasional pelayanan yang melibatkan banyak pihak dalam satu alur kerja. Dalam layanan antar Borma Cikutra, proses pelayanan melibatkan admin, pramuniaga, gudang, kasir, keamanan, serta kurir sehingga membutuhkan koordinasi yang berkelanjutan.

Narasumber G1 menjelaskan bahwa salah satu kendala yang sering terjadi adalah: *"Kendala yang sering terjadi itu ketika admin layar meminta barang, tetapi barang tersebut tertindih atau susunannya paling bawah, menjadikan keterlambatan pengambilan barang tersebut."*

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa ketika jumlah pesanan meningkat, intensitas komunikasi juga meningkat. Kondisi tersebut membuat proses koordinasi menjadi lebih kompleks karena setiap bagian harus saling bertukar informasi secara cepat agar pelayanan tetap berjalan lancar.

Gambar 7 Proses Pengambilan barang di gudang, Tahun 2026



Dokumentasi ini menunjukkan proses koordinasi yang dilakukan ketika barang yang dibutuhkan tidak tersedia di area penjualan. Maka admin layar akan meminta staff gudang untuk mengambil barang yang tidak ada di area penjualan.

Gambar 8 Kondisi Area Layanan Antar saat Ramai, Tahun 2026



Dokumentasi ini memperlihatkan meningkatnya aktivitas komunikasi dan koordinasi antarpegawai pada saat volume pesanan sedang tinggi. Hambatan organisasional dalam penelitian ini tidak disebabkan oleh konflik antarpegawai, melainkan oleh kompleksitas proses pelayanan yang melibatkan banyak bagian kerja. Semakin banyak pihak yang terlibat dalam satu proses pelayanan, semakin besar pula kebutuhan koordinasi yang harus dilakukan. Apabila salah satu bagian terlambat menyampaikan informasi, maka proses pelayanan secara keseluruhan dapat ikut terhambat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan komunikasi pada layanan antar Borma Cikutra didominasi oleh hambatan semantik yang berasal dari ketidakjelasan informasi pesanan pelanggan, hambatan teknis akibat ketergantungan pada media komunikasi digital, serta hambatan organisasional yang muncul karena tingginya kebutuhan koordinasi antarbagian kerja. Temuan ini sejalan dengan Robbins dan Judge (2017) serta (Meltareza & Poedjadi, 2024) yang menjelaskan bahwa hambatan komunikasi dapat muncul akibat perbedaan persepsi, keterbatasan media komunikasi, dan kurangnya koordinasi dalam organisasi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam layanan antar Borma Cikutra berlangsung melalui komunikasi yang melibatkan berbagai pihak, yaitu pelanggan, admin layanan antar, staf gudang, pramuniaga, kasir, serta kurir eksternal. Komunikasi tersebut berlangsung secara berkelanjutan sejak pelanggan melakukan pemesanan hingga barang diterima oleh pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran penting sebagai sarana koordinasi untuk menghubungkan berbagai unit kerja dalam mencapai tujuan pelayanan yang efektif. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat (Meltareza, 2023) yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi yang berlangsung secara terus-menerus di antara anggota organisasi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks layanan antar Borma Cikutra, komunikasi menjadi sarana utama dalam mengintegrasikan aktivitas pelayanan sehingga setiap bagian kerja dapat menjalankan tugasnya secara terkoordinasi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam layanan antar tidak hanya berlangsung secara langsung, tetapi juga memanfaatkan media komunikasi digital, terutama WhatsApp dan HT (Handy Talky). Penggunaan media digital membantu mempercepat penyampaian informasi dan koordinasi pelayanan kepada pelanggan. Temuan ini mendukung pendapat (Ira Aryanti et al., 2022) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan media komunikasi digital memungkinkan proses penyampaian informasi berlangsung lebih cepat dan efisien sehingga mendukung efektivitas koordinasi dalam organisasi. Selain itu, (Tawaqal et al., 2024) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital mendorong organisasi untuk menyesuaikan pola komunikasinya agar penyampaian informasi dapat berlangsung lebih efektif.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media komunikasi digital tidak sepenuhnya menghilangkan hambatan komunikasi. Hambatan semantik menjadi hambatan yang paling dominan dalam operasional layanan antar. Hambatan tersebut muncul akibat informasi pesanan pelanggan yang tidak lengkap, penggunaan istilah yang berbeda, serta adanya ketidaksesuaian antara foto produk dan deskripsi yang diberikan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan Robbins dan Judge (2017) yang menjelaskan bahwa hambatan komunikasi dapat terjadi karena perbedaan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan sehingga informasi tidak diterima secara tepat oleh penerima pesan.

Selain hambatan semantik, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan teknis yang berasal dari keterlambatan respons pelanggan melalui WhatsApp dan gangguan komunikasi menggunakan HT. Hambatan teknis tersebut berdampak pada keterlambatan proses pelayanan karena informasi yang dibutuhkan tidak dapat diterima secara cepat. Temuan ini mendukung pandangan (Simabur, 2022) yang menjelaskan bahwa gangguan pada media komunikasi dapat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dalam proses komunikasi.

Pada aspek organisasional, penelitian ini menunjukkan bahwa kompleksitas koordinasi antarbagian menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kelancaran komunikasi dalam layanan antar. Keterlibatan banyak pihak dalam satu alur pelayanan menyebabkan kebutuhan koordinasi menjadi lebih tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Meltareza & Poedjadi, 2024) yang menjelaskan bahwa hambatan komunikasi dalam organisasi sering kali muncul akibat kurangnya koordinasi, perbedaan persepsi, serta keterbatasan media komunikasi yang digunakan.

Selain mengidentifikasi hambatan komunikasi, penelitian ini juga menemukan berbagai upaya yang dilakukan untuk meminimalisasi terjadinya miskomunikasi dalam layanan antar. Upaya tersebut meliputi pemberian formulir pemesanan kepada pelanggan, konfirmasi ulang informasi pesanan, pengecekan ulang (double check) barang sebelum transaksi dilakukan, serta koordinasi aktif antara admin dan bagian



gudang. Upaya-upaya tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada media komunikasi yang digunakan, tetapi juga pada ketelitian dan koordinasi antarpegawai dalam menjalankan proses pelayanan.

Temuan penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena secara khusus mengkaji hambatan komunikasi organisasi dalam operasional layanan antar pada retail modern yang masih menggunakan sistem komunikasi berbasis WhatsApp. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas komunikasi organisasi dalam konteks umum atau kualitas pelayanan secara keseluruhan. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam layanan antar retail modern, hambatan komunikasi tidak hanya berasal dari faktor teknologi, tetapi juga dari faktor semantik dan koordinasi kerja antarbagian yang terlibat dalam proses pelayanan.

Dengan demikian, efektivitas layanan antar tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola aliran informasi, membangun koordinasi antarunit kerja, serta mengurangi berbagai hambatan komunikasi yang muncul selama proses pelayanan berlangsung. Temuan ini memperkuat pentingnya komunikasi organisasi sebagai faktor pendukung keberhasilan layanan antar pada industri retail modern.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hambatan komunikasi organisasi dalam layanan antar di Borma Cikutra, dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses komunikasi organisasi dalam layanan antar di Borma Cikutra berlangsung melalui komunikasi yang melibatkan berbagai pihak, yaitu pelanggan, admin layanan antar, staf gudang, pramuniaga, kasir, dan kurir eksternal. Komunikasi dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi digital, terutama WhatsApp dan Handy Talky (HT). Dalam operasional layanan antar, admin layanan antar berperan sebagai pusat komunikasi yang menerima, mengelola, dan mendistribusikan informasi kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses pelayanan. Komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan tersebut memungkinkan koordinasi antarbagian berjalan dengan baik sehingga pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan secara efektif.
2. Hambatan komunikasi organisasi yang terjadi dalam layanan antar di Borma Cikutra meliputi hambatan semantik, hambatan teknis, dan hambatan organisasional. Hambatan semantik muncul akibat informasi pesanan pelanggan yang tidak lengkap atau menimbulkan perbedaan interpretasi. Hambatan teknis terjadi karena keterlambatan respons pelanggan melalui media komunikasi digital serta gangguan pada sarana komunikasi yang digunakan. Sementara itu, hambatan organisasional muncul karena tingginya kebutuhan koordinasi yang melibatkan berbagai bagian kerja dalam satu alur pelayanan. Hambatan-hambatan tersebut berpotensi menyebabkan keterlambatan pelayanan, kesalahan informasi, dan meningkatnya kebutuhan koordinasi dalam operasional layanan antar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas layanan antar tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola aliran informasi, membangun koordinasi antarbagian, serta meminimalisasi hambatan komunikasi yang muncul selama proses pelayanan berlangsung.

Saran

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian komunikasi organisasi, khususnya yang berkaitan dengan hambatan komunikasi dalam layanan antar pada sektor ritel. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam sistem layanan berbasis digital memiliki dinamika yang kompleks karena melibatkan koordinasi antar bagian secara cepat dan berkelanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas dan mendalam, misalnya dengan membandingkan sistem komunikasi layanan antar di beberapa perusahaan ritel yang berbeda. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji pengaruh penggunaan teknologi komunikasi digital terhadap efektivitas koordinasi kerja dalam layanan antar. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti pendekatan kuantitatif atau mixed methods, agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif mengenai hambatan komunikasi organisasi dalam sektor layanan dan retail modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiyah, I., Wiryany, D., & Surya Tawaqal, R. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND APPLE PADA AKUN INSTAGRAM @IONSTORE_ID DI KOTA BANDUNG. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE*, 3(2), 2963–6019.
- Amelia Putri, Azzahra, & Taufiq Maulana Ramdan, A. (2025). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Karyawan SiCepat Ekspres*. <https://doi.org/10.24036/lk.v3i1.23>
- Fahrizal Harahap, M., & Studi Manajemen Bisnis Syariah, P. (2025). Strategi Manajemen Adaptif dalam Model Kerja Hybrid pada Jasa Online Delivery di Mandailing Natal. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 9(2), 55–65.
- Hanan, N., Putra, P., & Surya Tawaqal, R. (2025). *Strategi Komunikasi Interpersonal Pegawai Tata Usaha STFI Dalam Pelayanan Mahasiswa Era Digitalisasi*.
- Hati, J. P. S., Meltareza, R., & Wiryany, D. (2025). Pola komunikasi vertikal divisi public relations PT Kereta Api Indonesia pada pengelolaan akun Instagram @keretaapikita. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 359–371
- Ira Aprilianti, & Felippa Amanta. (2020). *Memajukan Keamanan Pangan pada Layanan Pesan Antar Makanan Daring di Indonesia*.
- Ira Aryanti, Ahmad Taufiq, & Detya Wiryani. (2022). *Politik Digital: Manifestasi Komunikasi di Era Digital*
- Jaya, & Rama Chandra. (2026). Pengaruh Pelayanan Toko, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Fasilitas Parkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Pasar Modern Batununggal. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11335–11346.
- Lubis, A., Effendi, I., Sitanggang, R. M., Sitanggang, K. G., & Situmorang, N. R. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS SEBAGAI FAKTOR PENDORONG MINAT BELI KONSUMEN: STUDI KASUS TOKO TWINS ANGELS. *Jurnal Bina Manajemen*, 14(1), 21–36.
- Meltareza, R. (2023). DISIPLIN KERJA, KOMUNIKASI ORGANISASI, DAN KOMPENSASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KERJA DI PT POS INDONESIA. *Jurnal Common I*, 7.
- Meltareza, R., & Poedjadi, R. (2024). HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM PROJEK PENGAJARAN SISWA THAILAND DAN PENGAJAR INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(2), 291–305.
- Meltareza, R., & Wiryany, D. (2024). Cultural diversity in organizational communication management at English course in Vietnam. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 8(2), 224–241.
- Rizky Ramdani, M., Kusuma Windrati, N., & Bintarti, A. (2025). Strategi Omnichannel sebagai Adaptasi Pemasaran E-Commerce secara Fisik dan Digital pada Perusahaan Ritel CV. Sailan Industries. In *FHISIP Universitas Terbuka* (Vol. 1, Number 2).
- Simabur, L. A. (2022). Branding “Tara La No Ate” pada Indonesia Creative Cities Festival (ICCF). *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 6(1), 181–192.
- Tawaqal, R. S., Ramdan, A. T. M., & Silviany, A. E. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Humas Jabar dalam Penyampaian Informasi di Era Digital. *J-IKA*, 11(2), 67–77.