

JURNAL ISLAMI



JURNAL ISLAMI

MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM & HUMANIORA

Vol. III No. 4 Oktober - Desember 2023

Vol. III No. 4 Oktober - Desember 2023

ISSN : 2775 - 2364

JURNAL ISLAMI

MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM & HUMANIORA



BINTANG GARUDA ATLAS
JL. MESJID NO. 21, MEDAN 20371

KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI YANG EFEKTIF

Dian Pratiwi Br. Marpaung, Nurroyian, Maidiana
Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas
Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Utara Medan, 2023

Email: dipra.0303@gmail.com , nurroyyian@gmail.com ,
sihombingmaidiana19@gmail.com

Abstract

An effective organization is definitely influenced by good communication interactions between leaders and members. The use of communication theory in organizations is the basis for this article to understand how important communication is in creating an effective organization. Communication in an organization is not far from the problem of creating an effective organization. Therefore, in this article we will explain the keys to communication so that your organization is more efficient and effective. Apart from the keys to communication in organizations, we will also explain the functions and forms of communication in organizations, as well as the process of good communication in organizations. This type of research uses qualitative methods, and this research uses a library research-based approach through book and journal reviews.

Keywords : *Communication, Effective Organization.*

Abstrak

Organisasi yang efektif pasti dipengaruhi oleh interaksi komunikasi yang baik antara pemimpin dan anggota. Penggunaan teori komunikasi dalam organisasi menjadi dasar tulisan ini untuk memahami betapa pentingnya komunikasi dalam menciptakan organisasi yang efektif. Komunikasi dalam suatu organisasi tidak jauh dari

permasalahan terciptanya organisasi yang efektif. Oleh karena itu, pada artikel kali ini kami akan menjelaskan kuncidari komunikasi agar organisasi anda lebih efisien dan efektif. Selain kunci komunikasi dalam organisasi, kami juga akan menjelaskan fungsi dan bentuk komunikasi dalam organisasi, serta proses komunikasi yang baik dalam organisasi. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis penelitian kepustakaan melalui resensi buku dan jurnal.

Kata Kunci : Komunikasi, Organisasi Yang Efektif

PENDAHULUAN

Tentu saja, dalam sebuah organisasi yang terdiri dari orang-orang yang mempunyai tugas unik dan berinteraksi sebagai suatu sistem, komunikasi yang baik diperlukan untuk keberhasilan kinerja organisasi. Oleh karena itu, salah satu tujuan suatu organisasi adalah komunikasi. Hal inilah yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian tentang komunikasi organisasi.

Komunikasi adalah elemen penting keberhasilan organisasi. Melalui komunikasi, organisasi dapat menyampaikan informasi, membangun hubungan, dan mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi yang efektif memungkinkan perusahaan bekerja secara efisien, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Pada dasarnya komunikasi membantu menyampaikan kebutuhan suatu organisasi. Orang berkomunikasi sebagai sarana transmisi pengetahuan dan pengalaman.

Ada beberapa bentuk komunikasi yang umum, termasuk suara, isyarat, berbicara, menulis, gerakan, dan penyiaran. Komunikasi juga bisa bersifat interaktif, transaksional, bertarget, atau tidak bertarget. Melalui komunikasi, kita dapat memahami perilaku dan emosi seseorang atau sekelompok orang. Saat ini para ahli berpendapat bahwa pembahasan mengenai komunikasi menjadi semakin penting, padahal topik tersebut sudah mereka geluti selama bertahun-tahun.

Komunikasi yang efektif adalah proses pertukaran ide, pemikiran, pengetahuan, dan informasi sedemikian rupa sehingga tujuan dapat tercapai dengan sukses. Dengan kata lain, suatu komunikasi merupakan suatu ungkapan pendapat dari pengirim yang diterima dan dipahami oleh penerima. Karena komunikasi adalah upaya untuk

mengirimkan pesan antar manusia, maka proses komunikasi setidaknya terdiri dari tiga unsur: 1) Pengirim (komunikator) pesan, 2) Penerima (komunikator) pesan, 3) Pesan itu sendiri. (Milyane, 2022)

Artikel ini membahas dampak komunikasi efektif dalam organisasi. Menjelaskan berbagai aspek komunikasi dalam organisasi, antara lain komunikasi internal dan eksternal, komunikasi formal dan informal, komunikasi verbal dan nonverbal. Kami juga akan membahas kendala-kendala yang terjadi saat berkomunikasi sehingga tidak seefektif mungkin. Kami juga mendiskusikan cara mengatasi hambatan komunikasi ini.

METODE PENELITIAN

Metode artikel ini menggunakan penelitian kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari teori dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Zed yang dikutip Fadli, ada empat tahapan dalam penelitian kepustakaan, yaitu: menyiapkan peralatan yang diperlukan, menyiapkan referensi kerja, mengatur waktu, serta membaca dan mencatat bahan penelitian. Mencari sumber, mengumpulkan dan menyusun data dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan penelitian yang ada. Bahan pustaka dari berbagai sumber referensi dianalisis secara kritis dan menyeluruh untuk mendukung saran dan gagasan. (Fadli, 2021)

PEMBAHASAN

A. Pengertian Komunikasi

Menurut Winardi, komunikasi adalah proses dimana pesan dan informasi dikirim dan diterima dari satu orang ke orang lain. Komunikasi yang baik terjadi bila pengirim pesan mengirimkan pesan dengan benar dan penerima pesan menerimanya dengan tulus. Namun, komunikasi sebenarnya tidak seperti yang dikatakan dan ada banyak kemungkinan hambatan (*blok*) atau filter pada saluran komunikasi. Pengirim mencoba menyandikan pesan atau pemikirannya ke dalam format yang dirasa paling tepat, kemudian mengirimkan kode pemikirannya, dan penerima mencoba memahami kode tersebut (*decoding*). (Winardi, 2014)

Namun, sepanjang perjalanan pemberitaan yang diuraikan di atas, terdapat sejumlah persepsi dan gangguan yang mencoba mengurangi kejelasan dan kepastian berita tersebut. Hambatan utama dalam komunikasi yang efektif adalah adanya berbagai jenis persepsi. Pengirim tidak menyampaikan pesan dengan jelas dan menggunakan saluran pengiriman yang salah. Demikian pula, jika penerima perlu menerima pesan dari pengirim, dia mungkin memikirkan hal lain. Dalam hal ini, dia hanya mendengar pesannya dan tidak mengetahui apa pun tentang isi informasinya. (Winardi, 2014)

Manusia tidak ada yang tidak terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangatlah penting dalam kehidupan manusia karena manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan, sehingga manusia perlu menyadari bahwa dirinya tidak dapat hidup tanpa komunikasi. Komunikasi yang efektif membuat aktivitas yang biasa dilakukan orang menjadi sukses. Tanpa komunikasi yang baik maka akan terjadi penyimpangan dalam aktivitas sehari-hari, dimanapun orang berada, baik itu di rumah, di organisasi, maupun di tempat kerja. (Winardi, 2014)

Komunikasi secara harfiah berasal dari bahasa Latin, “*Communis*” yang berarti “kesetaraan”. “Komunikasi” berarti “menyamakan”. Komunikasi dapat digambarkan sebagai proses upaya membangun pemahaman antara satu orang dengan orang lain sehingga muncul kesamaan pemahaman tentang suatu hal. Terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan pengertian komunikasi dengan lebih jelas dan rinci. Yang dimaksud dengan komunikasi adalah: (Syah, 2014)

1. James A.F. Stoner berpendapat bahwa komunikasi adalah proses yang dilakukan seseorang untuk menciptakan pemahaman melalui penyampaian pesan.
2. Profesor Dr. H.A.W.Wijaya berpendapat bahwa komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia, baik individu maupun kelompok.
3. William F. Glück, berpendapat bahwa komunikasi dibagi menjadi dua, yaitu:
 - a. *Organization Communications* : Komunikasi organisasi adalah proses dimana seorang pembicara secara sistematis menyajikan informasi dan menyampaikan pemahaman kepada banyak orang dalam organisasi serta individu dan lembaga di luar organisasi yang bersangkutan.
 - b. *Interpersonal Communications* : Interpersonal Communication adalah proses pertukaran informasi dan penyampaian pengertian antara dua orang atau lebih dalam sekelompok kecil orang.

Istilah komunikasi sangat sering digunakan dalam kehidupan kita dan juga telah menjadi subjek penelitian ahli selama beberapa waktu. Komunikasi adalah proses dinamis, transaksi yang mempengaruhi pengirim dan penerima, dan merupakan proses pribadi dan simbolik yang memerlukan kode abstraksi umum.

B. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Menurut Wibowo, komunikasi memenuhi empat fungsi utama dalam kelompok atau organisasi yaitu : kontrol, motivasi, emosi dan ekspresi informasi. Komunikasi berfungsi untuk mengontrol perilaku anggota dengan berbagai cara. Komunikasi akan digunakan untuk pengendalian jika karyawan harus terlebih dahulu menyampaikan keluhan tentang pekerjaan kepada supervisor setempat, atau sesuai dengan uraian tugas, atau sesuai dengan kebijakan. Komunikasi menumbuhkan motivasi. Menjelaskan kepada anggota apa yang perlu mereka capai, seberapa baik kinerja mereka, dan apa yang dapat mereka lakukan untuk meningkatkan kinerja mereka jika kinerjanya tidak mencapai tingkat yang diharapkan. Komunikasi diperlukan ketika anggota menetapkan tujuan tertentu, bekerja untuk mencapai tujuan tersebut, dan menerima umpan balik mengenai tujuan tersebut. (Wibowo, 2014)

Menurut Sopiah dalam buku perilaku organisasional, dijelaskan bahwa ada empat fungsi komunikasi sebagai berikut: (Sopiah, 2008)

1. Komunikasi mempunyai fungsi untuk mengekspresikan emosi : Fungsi komunikasi ini berperan ketika kelompok kerja menjadi sumber pertama interaksi sosial dalam suatu organisasi. Komunikasi yang terjadi dalam kelompok ini merupakan mekanisme dasar dimana setiap anggota dapat mengungkapkan kekecewaan atau kepuasannya kepada anggota lain dan masyarakat.
2. Komunikasi untuk mengontrol perilaku anggota : Fasilitas komunikasi ini digunakan ketika anggota perlu menyampaikan keluhan berkaitan dengan kinerja pekerjaan atau tugas anggota atau karyawan di dalam perusahaan.
3. Komunikasi memberikan kontribusi terhadap motivasi kerja karyawan : Fungsi ini dilakukan dalam suatu organisasi ketika manajer ingin melihat kinerja bawahannya.
4. Fungsi komunikasi sebagai unsur pengambilan keputusan dalam organisasi : Melalui komunikasi, informasi mengalir dan berdasarkan hal tersebut dilakukan

pertimbangan komprehensif terhadap keputusan dan kebijakan yang diambil. Misalnya : pengurangan atau kenaikan gaji seorang karyawan, baik sedang berlibur dan lain-lain.

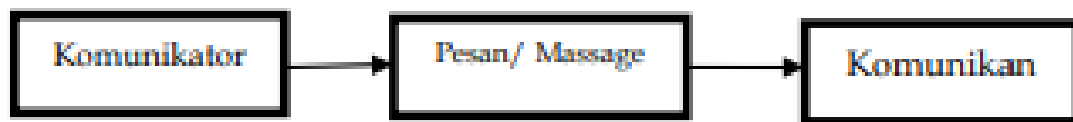
Sedangkan menurut Sendjaja yang dikutip Syah, fungsi komunikasi dalam organisasi sebagai berikut: (Syah, 2014)

1. Kemampuan Informasi : Suatu organisasi didefinisikan sebagai suatu sistem pemrosesan informasi, dan setiap anggota organisasi diharapkan dapat memberi dan menerima informasi dengan tepat untuk menjalankan tugas dengan lancar.
2. Fungsi regulasi : Berkaitan dengan peraturan dan kebijakan yang berlaku dalam suatu organisasi.
3. Fungsi persuasi : Suatu jenis perintah. Kebanyakan pemimpin dalam organisasi lebih memilih menggunakan cara persuasif dibandingkan memberikan perintah kepada bawahannya. Idenya adalah bahwa penggunaan yang lebih terampil memungkinkan seseorang untuk lebih memahami tugas yang diberikan kepadanya.
4. Fungsi Inklusif : Mengacu pada penyediaan saluran yang memungkinkan setiap anggota organisasi untuk melaksanakan tugas dan fungsinya dengan sukses.

C. Proses Komunikasi dalam Organisasi

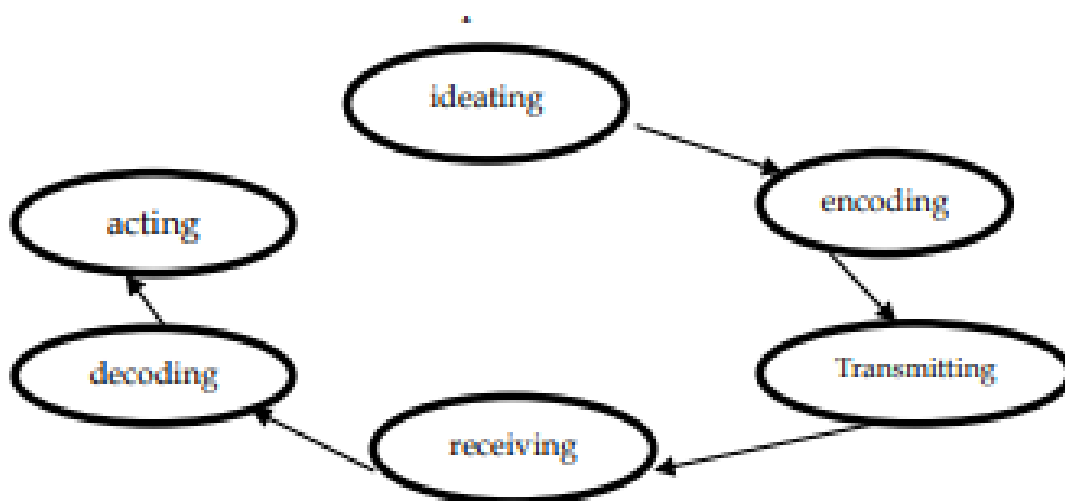
Untuk memahami proses komunikasi, kita perlu mengetahui dari unsur siapa pengirimnya (komunikator), apa yang dikatakan atau dikirimkan (pesan), saluran komunikasi apa yang digunakan (media), dan kepada siapa pesan tersebut ditujukan. Dan apa akibat yang ditimbulkan (efek). Dalam proses komunikasi, tugas komunikator adalah memastikan bahwa komunikator menerima pesannya sesuai dengan keinginan pengirimnya. Model proses komunikasi secara umum dapat memberikan gambaran umum kepada manajer organisasi tentang bagaimana sikap anggota/pemangku kepentingan dipengaruhi atau diubah oleh desain dan implementasi komunikasi. (Syah, 2014)

Sebagaimana Mesiono mengemukakan bahwa proses komunikasi digambarkan sebagai berikut: (Mesiono, 2014)



Gambar 1. Proses Komunikasi

Gambar di atas menunjukkan bahwa proses komunikasi memerlukan komunikator atau pengirim pesan, ada pesan, dan penerima pesan. Agar Message/Message Communicator dapat bekerja dengan lancar dan benar, terdapat faktor lain yang sangat membantu, seperti alat yang digunakan untuk mewujudkan proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, tahapan-tahapan menjadi kunci komunikasi dan harus diperhatikan. Diantaranya yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Komunikasi

Acting adalah langkah terakhir dalam proses komunikasi. Penerima pesan dapat mengabaikan komunikasi tersebut, menyimpannya untuk digunakan nanti, atau mengambil tindakan apa pun yang terkait dengannya. Namun penerima harus memberikan feedback kepada pengirim bahwa telah diterima dan dipahami. Shannon dan Weaver yang dikutip oleh Wijaya, elemen utamanya adalah: (Wijaya, 2017)

1. Sumber : Ini adalah awal dari proses komunikasi. Sumber ini memuat informasi dan memuat berbagai bentuk aspirasi dan tujuan pengirim, data keuangan, statistik dan lain-lain adalah contoh informasi mentah yang sumbernya perlu diberi makna dan tujuan.
2. Kirim : Kirim mengkonversi (mengkodekan) data menjadi pesan dan mengirimkannya ke penerima. Bentuk utama dari proses konversi adalah bahasa

yang didefinisikan sebagai pola karakter, simbol, atau sinyal apa pun. Bahasa ini ditularkan melalui berbagai jenis alat/media seperti gelombang, listrik, kertas, dan lain-lain.

3. Kebisingan/gangguan : Semua subversif dan terjadi antara pengirim dan penerima. Masalah seperti arti kata, bahasa, dan distorsi pesan adalah contoh kebingungan. Dan hal ini seringkali tidak dapat dihindari dalam proses komunikasi.
4. Penerima : Di sini, komunikasi melewati fase antara pengirim dan penerima. Fase ini melibatkan proses yang disebut decoding, yang memberi makna dan interpretasi pada pesan yang dikirim.
5. Tujuan akhir : Ini adalah bagian terakhir dari proses komunikasi atau tanda bahwa komunikasi telah selesai. Sasaran akhir ini dapat berupa pejabat pemerintah, pemrogram, atau pihak lain yang diharapkan menanggapi pesan yang diterima.

D. Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi

Bentuk komunikasi organisasi ini adalah proses pengiriman pesan sesuai dengan tujuan dan konteks serta membuat pesan tersebut dipahami oleh penerima pesan. Pilihan bentuk komunikasi mana yang akan digunakan bergantung pada lokasi pengirim dan penerima pesan, kemampuan pengirim dan penerima pesan, jenis pesan, dan urgensi pesan yang memerlukan penerusan. Seperti biaya pengiriman dan penerimaan pesan. Pada bagian ini, artikel ini akan membahas tentang bentuk-bentuk komunikasi organisasi secara meluas, diantaranya yaitu: komunikasi verbal dan non verbal, komunikasi vertikal dan horizontal, komunikasi formal dan informal, komunikasi internal dan eksternal. Bentuk-bentuk komunikasi organisasi yang sangat berbeda ini patut dipahami sebagai rujukan dalam penelitian akademisi dan komunikasi organisasi, dan sebagai ilustrasi yang dapat diterapkan pada organisasi. (Siregar, 2021)

1. Komunikasi Verbal dan Non Verbal

a. Komunikasi Verbal :

Komunikasi verbal merupakan suatu bentuk komunikasi atau penyampaian pesan yang berlangsung dengan menggunakan kata-kata. Komunikasi verbal meliputi komunikasi lisan yang diucapkan secara langsung dan komunikasi tertulis yang ditulis

melalui berbagai media. Media komunikasi lisan antara lain: Panggilan telepon, konferensi video, pertemuan tatap muka, surat, tawaran pekerjaan, pengumuman, manual, surat kabar, majalah atau buletin, email, dan lain-lain. Komunikasi lisan dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mencapai tujuan organisasi, mengembangkan strategi organisasi, dan melakukan evaluasi. Komunikasi verbal berperan lebih besar dalam menyampaikan fakta, ide, gagasan, dan keputusan dibandingkan dengan komunikasi non-verbal. (Nurudin, 2017)

Ada tiga prinsip komunikasi lisan diantaranya : Pertama, makna dapat diciptakan melalui interpretasi. Artinya, setiap orang mempunyai penafsiran berbeda terhadap pesan verbal, dan kemungkinan hasil untuk makna yang dipahami. Hal ini dapat dipengaruhi oleh latar belakang, minat, pengetahuan, tujuan komunikasi dan lain-lain. Selanjutnya yang kedua, komunikasi adalah aturan berdasarkan (aturan komunikasi). Artinya terdapat kesamaan pemahaman mengenai apa makna komunikasi verbal yang pantas atau tidak pada situasi dan konteks yang berbeda. Ketiga, stres atau intonasi dapat mempengaruhi makna. (Wood, 2013)

b. Komunikasi Non Verbal :

Komunikasi nonverbal dapat memberikan penguatan, penekanan, dan sebagainya, atau dapat menggantikan komunikasi verbal. Komunikasi Nonverbal dapat memberikan ruang bagi seseorang untuk mengungkapkan apa yang dipikirkan dan dirasakannya tanpa menggunakan kata-kata atau bahkan bahasa isyarat. Komunikasi nonverbal disampaikan melalui gerak tubuh, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, kedekatan, dan sentuhan. (Siregar, 2021)

Pengetahuan tentang bahasa nonverbal sangat penting dan harus dipahami secara cermat. Padahal, setiap gerakan yang dilakukan seseorang, seperti cara berdiri, duduk, dan berjalan, dapat menunjukkan dan menyampaikan informasi mengenai kondisinya kepada orang lain. Komunikasi nonverbal efektif bila penerima pesan mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam membaca pesan nonverbal (Payne, 2005).

Dalam komunikasi nonverbal, ada beberapa hal penting yang perlu dipahami. Diantaranya adalah : Pertama, penafsiran merupakan sifat atau karakteristik yang penting. Komunikasi nonverbal harus dihindari karena makna keseluruhan tidak diciptakan untuk tindakan nonverbal tertentu. Kedua, komunikasi nonverbal bukanlah

suatu sistem bahasa yang berdiri sendiri. Komunikasi nonverbal merupakan bagian dan mendukung komunikasi verbal. Ketiga, kesalahan dalam menafsirkan atau mengartikan pesan cenderung terjadi pada komunikasi nonverbal karena setiap orang membawa budaya yang berbeda. Jadi jika Anda tidak memahami budaya lawan bicara Anda, Anda tidak akan bisa dengan cepat menafsirkan pesan nonverbal ini. (Siregar, 2021)

2. Komunikasi Vertikal dan Horizontal

a. Komunikasi Vertikal :

- Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)

Pola komunikasi ke bawah artinya komunikasi terjadi dari manajer atau atasan kepada anggota atau bawahan. Komunikasi ke bawah berbentuk komunikasi tertulis, seperti komunikasi kebijakan organisasi, aturan prosedur, aturan personel atau karyawan, prosedur atau manual kerja, kebijakan organisasi, dan sebagainya. Misalnya, dalam kasus komunikasi verbal, informasi tentang tugas yang harus dikomunikasikan setiap hari yang harus dilakukan bawahan. Dalam pola ini, penting untuk berkomunikasi baik secara tertulis maupun lisan, dengan mempertimbangkan situasi dan keadaan penerima pesan. Pesan yang disampaikan harus jelas, spesifik, dan sederhana. Pemimpin harus memahami dan menilai keterampilan penerima pesan, tingkat kesadaran mereka, dan bahasa yang digunakan. Komunikasi ke bawah ditujukan untuk mencegah kesalah pahaman, mencari pendapat, mengubah sikap, mengurangi rasa takut dan ketidakpercayaan akibat mis-informasi atau kekurangan informasi, dan beradaptasi dengan perubahan anggota organisasi. (Siregar, 2021)

Beberapa faktor mempengaruhi komunikasi ke bawah, antara lain keterbukaan, kredibilitas pesan tertulis, pesan yang berlebihan, pengaturan waktu, dan penyaringan. Perlu diketahui bahwa alur komunikasi dari atasan ke bawahan tidak selalu efektif. Ada beberapa ciri untuk menentukan metode yang efektif yaitu: (Siregar, 2021)

- 1) Ketersediaan atau Kebiasaan ; Anda juga dapat memilih metode yang umum digunakan dalam organisasi Anda atau menggabungkannya dengan metode lain.
- 2) Biaya ; Cara yang digunakan tidak memerlukan biaya yang besar. Biasanya mengacu pada pesan atau informasi rutin. Namun jika informasi atau pesan tersebut bersifat mendesak dan membutuhkan biaya yang tidak murah, biasanya biaya tidak menjadi prioritas.

- 3) Pengaruh atau akibat ; Metode yang mempunyai pengaruh atau dampak yang besar cenderung dipilih dibandingkan metode yang mempunyai pengaruh atau dampak yang kecil.
- 4) Relevansi atau keterkaitan ; Hasil situs meramal psikologis hewan gratis Misalnya, Anda dapat mengirim pesan singkat menggunakan Memo. Laporan digunakan untuk memberikan informasi yang lebih rinci, rinci dan kompleks.
- 5) Jawaban atau reaksi ; Metode verbal dan personal dipilih sebagai metode yang memerlukan reaksi atau respon cepat terhadap suatu informasi, baik dalam bentuk pertemuan maupun komunikasi interpersonal.
- 6) Keterampilan atau kemampuan ; Metode yang dipilih sesuai dengan fungsi komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan).

- Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Pola komunikasi ke atas berkaitan dengan komunikasi yang dilakukan bawahan dengan atasannya. Komunikasi ke atas biasanya berbentuk laporan tentang perintah yang dikeluarkan. Misalnya di perusahaan, bawahan melaporkan tingkat produksi, kinerja penjualan, respons terhadap pesanan, dan sebagainya. Komunikasi ke atas tidak hanya menampilkan kinerja, tetapi juga menyampaikan ide, inovasi, dan informasi terkait yang dikembangkan. Komunikasi ini mungkin mencerminkan keadaan motivasi bawahan dan reaksi terhadap kebijakan organisasi. Aliran informasi dari bawah ke atas membantu manajer mempelajari perilaku, sikap, opini, dan emosi masyarakat. Organisasi harus menyediakan lingkungan dan sistem penghargaan atau insentif yang mendorong efektivitas komunikasi ke atas. Hal ini penting untuk diketahui bahwa bawahan takut dihakimi, takut tidak dihakimi, cenderung hanya melihat muka saja, dan informasi yang disampaikan menjadi tidak bermakna. Atasan juga hendaknya mempunyai sikap terbuka dan mau berbagi ide, gagasan, pendapat, dan pandangan dengan bawahannya dalam rangka mengambil keputusan. (Siregar, 2021)

Idealnya, struktur organisasi memberikan ruang yang sama untuk komunikasi ke atas dan ke bawah. Organisasi yang Efektif, komunikasi harus mengalir dua arah melalui hierarki organisasi. Sayangnya, komunikasi dari bawah cenderung kurang bebas dibandingkan komunikasi dari atas. Menurut Cheney, sekitar hambatan komunikasi ke atas tidak efektif, sebagai berikut: (Cheney, 2011)

- 1) Pemimpin tidak memberikan respon ketika anggota organisasi memberikan informasi atau mengangkat masalah. Jika Anda tidak merespons, pada akhirnya tidak akan terjadi komunikasi.
- 2) Pemimpin cenderung defensif, sehingga anggota organisasi merahasiakan informasi.
- 3) Sikap seorang pemimpin memegang peranan penting dalam lancarnya komunikasi ke atas. Ketika para pemimpin benar-benar mendengarkan, komunikasi ke atas meningkat.
- 4) Hambatan fisik dan jarak pemimpin dapat menghambat arus komunikasi ke atas.
- 5) Penundaan waktu yang sangat lama antara komunikasi dan tindakan dapat menghambat komunikasi ke atas. Jika suatu kegiatan atau keputusan membutuhkan waktu lama untuk disetujui (hingga beberapa bulan), komunikasi ke atas terhambat.

b. Komunikasi Horizontal :

Menurut Bartels dkk, komunikasi horizontal digambarkan sebagai komunikasi yang terjadi melalui percakapan dengan rekan kerja dan departemen lain yang posisinya sama dalam suatu organisasi. Pola komunikasi ini tidak memiliki hubungan orangtua-anak seperti komunikasi ke atas atau ke bawah. Komunikasi yang dilakukan oleh mereka di berbagai departemen bersifat informal dan diperlukan untuk mendukung budaya organisasi yang bermanfaat. Komunikasi ini dapat menjadi media atau sarana yang dapat digunakan oleh supervisor, pekerja dan manajer di tingkat akar rumput atau lebih rendah untuk mengatur dan mengoordinasikan kegiatan dan program. Misalnya di perusahaan, manajer produksi dan manajer pemasaran harus selalu berhubungan untuk mengetahui ekspektasi konsumen, pangsa pasar, dan tingkat produksi produk terkait. Di era networking dan keterbukaan digital saat ini, skenario komunikasi lateral tidak hanya terbatas pada departemen dalam suatu organisasi, namun komunikasi lateral dengan organisasi lain juga terjadi. Kemampuan komunikasi horizontal atau lateral meliputi: (Bartels, 2010)

- Meningkatkan komunikasi dan koordinasi terkait pembagian tugas.
- Dalam upaya mencari solusi dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.
- Sebagai kesempatan bertukar informasi, pengetahuan dan pengalaman.
- Sebagai upaya untuk menyelesaikan konflik atau perselisihan yang sedang berlangsung antar anggota organisasi atau antar anggota lainnya.
- Sebagai media untuk menjalin hubungan baik melalui kegiatan bersama antara anggota organisasi dengan pegawai atau yang mempunyai jabatan atau jabatan yang sejenis.

3. Komunikasi Formal dan Informal

a. Komunikasi Formal ;

Komunikasi formal merupakan komunikasi yang disepakati dalam suatu organisasi dan bertujuan untuk kepentingan organisasi. Bentuk komunikasi formal meliputi fungsi organisasi, peningkatan produktivitas, dan penegakan aturan organisasi. Contoh: Formulir seperti kebijakan, memo, dan surat resmi. Komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizontal atau lateral mengikuti jalur komunikasi yang telah ditetapkan dalam suatu organisasi. Saluran komunikasi semacam itu ditetapkan secara formal dalam suatu organisasi atau disebut komunikasi formal.

Jenis komunikasi formal dapat tertulis atau lisan dan bergantung pada hubungan antara pengirim dan penerima pesan, waktu yang tersedia, dan urgensi pesan atau isu. Istilah atau konsep yang berkaitan dengan struktur organisasi mengacu pada pola hubungan yang ditetapkan secara formal antara unit organisasi atau departemen yang berbeda. Struktur organisasi digambarkan menggunakan diagram yang dapat mewakili kerangka organisasi, gambaran rencana organisasi, dan pola komunikasi formal antara orang-orang dari berbagai departemen dalam suatu organisasi (Argyris, 2011).

Diagram struktur organisasi menunjukkan garis wewenang dan hubungan dalam komunikasi, siapa yang memberi perintah, siapa yang menerima perintah, siapa yang bertanggung jawab, dan seberapa efektif komunikasi dilakukan agar organisasi dapat berfungsi dengan baik (Hill & Jones, 2011).

Jadi, komunikasi formal adalah komunikasi yang terjalin melalui saluran resmi suatu hierarki pekerjaan atau organisasi.

b. Komunikasi informal ;

Komunikasi informal terjadi tanpa memandang hierarki atau struktur organisasi. Tidak ada jalur komunikasi khusus karena organisasi tidak menyediakan komunikasi informal. Komunikasi informal terjadi karena adanya keinginan individu atau anggota suatu organisasi untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disepakati secara sosial atau hasil interaksi sosial dalam suatu kelompok yang terorganisir. Tujuan utamanya adalah untuk masing-masing anggota organisasi . Misalnya komunikasi dan kolaborasi dinamis saat melakukan tugas. Fungsi komunikasi informal antara lain memberikan konfirmasi, melengkapi informasi tambahan atau klarifikasi, mencatat informasi, membedakan informasi, memperluas pesan, dan berbagi informasi yang lebih komprehensif. (Siregar, 2021)

Anda dapat membentuk kelompok-kelompok kecil dalam organisasi anda untuk berkomunikasi dan mendiskusikan masalah pribadi, serta secara jujur mengungkapkan pandangan anda mengenai masalah yang dihadapi organisasi anda. Jika budaya organisasi sehat, komunikasi informal jenis ini dapat memberikan dampak positif pada organisasi dan membantu menyelesaikan masalah organisasi dengan cepat. Komunikasi informal juga dapat digunakan ketika atasan ingin menyampaikan sesuatu kepada bawahannya tanpa melalui jalur resmi. Komunikasi ini juga dikenal sebagai "Grapevine" atau Grapevine. Penting untuk dicatat bahwa rumor dan gosip dapat menyebar dalam suatu organisasi melalui saluran komunikasi informal. Komunikasi informal sama pentingnya dengan komunikasi formal karena dapat menjembatani kesenjangan komunikasi yang tidak dapat dilakukan oleh komunikasi formal. (Siregar, 2021)

4. Komunikasi Internal dan Eksternal

a. Komunikasi Internal ;

Menurut Lawrence D. Brennan yang dikutip oleh Effendy, komunikasi internal adalah pertukaran ide antara manajer dan anggota suatu organisasi yang dapat terjadi secara vertikal atau horizontal dalam suatu organisasi dan dengan demikian meningkatkan kinerja tugas (operasional dan manajemen). (Effendy, 2017)

Berdasarkan hubungan atau interaksi dalam organisasi, pesan komunikasi organisasi dibedakan menjadi komunikasi personal dan komunikasi kelompok.

- Komunikasi Personal (*Personal Communication*)

Komunikasi pribadi adalah proses pengiriman pesan dan pertukaran informasi antara dua orang. Komunikasi ini dapat berlangsung secara tatap muka (*face-to-face communications*), sehingga memungkinkan terjadinya dialog dan kontak personal. Bisa juga melalui media seperti panggilan telepon atau video call (komunikasi termediasi). (Siregar, 2021)

Menurut Ruliana, komunikasi efektif memungkinkan pengirim pesan mengetahui, memahami, dan mengendalikan kerangka acuan, keadaan fisik dan psikologis penerima pesan, serta suasana tempat kejadian, komunikasi persuasif dan kontak personal. Lingkungan komunikasi dan reaksi langsung dari penerima pesan. (Ruliana, 2014)

- Komunikasi Kelompok (*Grup Communication*)

Komunikasi kelompok adalah komunikasi atau interaksi antara satu orang dan banyak orang dalam suatu organisasi. Komunikasi kelompok dapat digambarkan dalam suatu organisasi sebagai komunikasi dalam rapat, komunikasi tim atau kelompok kerja, komunikasi dalam departemen dan lain-lain. Dalam komunikasi kelompok, individu atau anggota kelompok dapat saling mempengaruhi, mendapatkan keuntungan satu sama lain dan bahkan mendapatkan kepuasan dalam kelompok dengan bersama-sama mengambil dan berbagi peran dalam kelompok. Interaksi terjadi dan kelompok yang kuat dibentuk untuk tujuan tertentu menjalin kedekatan. (Siregar, 2021)

b. Komunikasi Eksternal ;

Komunikasi yang dilakukan pemimpin organisasi dengan pemangku kepentingan di luar organisasi dan dengan target audiens organisasi. Tujuan dari komunikasi eksternal adalah untuk menciptakan dan memelihara niat baik atau goodwill dan saling pengertian antara organisasi dan audiens (Ruliana, 2014).

Bagi organisasi dan perusahaan besar, komunikasi eksternal dapat dilakukan oleh bagian humas yang mempunyai tugas dan wewenang untuk berkomunikasi langsung dengan pihak eksternal terkait atau masyarakat luas. Ada dua bentuk komunikasi eksternal : (Siregar, 2021)

- **Komunikasi Antara Organisasi dengan Masyarakat Umum**

Komunikasi antara organisasi dengan pihak luar atau masyarakat umum bermanfaat dan meningkatkan keterlibatan atau keakraban masyarakat terhadap organisasi. Komunikasi ini menciptakan dua komunikasi arah (dua arah). Bentuk komunikasi informasi yang disampaikan dapat berupa majalah terbitan suatu organisasi yang menyediakan informasi yang dibutuhkan khalayak. Bentuknya bisa berupa siaran pers, konferensi pers, brosur, poster, pamflet, dan lain-lain.

- **Komunikasi Audiens kepada Organisasi**

Komunikasi dari pihak eksternal atau audiens kepada organisasi biasanya terjadi sebagai respon atau umpan balik dari audiens mengenai dampak program, kegiatan, atau komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Umpan balik dari audiens ini sangat penting untuk menentukan apakah organisasi tersebut menjadi sorotan dan bahwa kehadiran serta perannya diperlukan. Bentuk komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung (direct communication) sebagai berikut : Kegiatan Pengumpulan Pelanggan atau Pelatihan Pelanggan. Aktivitas ini dapat digunakan oleh organisasi untuk memeriksa secara langsung reaksi pelanggan atau kelompok sasarannya. Selain itu, hal ini juga dapat dilakukan secara tidak langsung (komunikasi tidak langsung), misalnya pelanggan dapat memberikan saran atau kritik dan memasukkannya ke dalam kotak saran atau disediakan oleh organisasi atau perusahaan. Anda juga dapat mengirimkannya ke surel.

E. Kunci Komunikasi yang Efektif

Menurut Nasruddin, hasil komunikasi yang efektif, terutama pencapaian tujuan dan sasaran yang tepat, memerlukan penghindaran hambatan-hambatan komunikasi yang disebutkan di atas. Secara khusus, beberapa keterampilan juga diperlukan dan harus dikembangkan sebagai prasyarat komunikasi yang efektif, yaitu: (Nasrudin, 2010)

1. Keterampilan mendengarkan secara aktif untuk menerima tanggung jawab memecahkan masalah dengan penuh perhatian, minat, penerimaan, dan kemauan mendengarkan untuk mengambil alih. Untuk mencapai hal ini, beberapa perilaku harus diperhatikan yaitu kontak mata, mengangguk dan

- ekspresi wajah yang pantas, menghindari perilaku yang mengganggu, mendengarkan, jangan menyela pembicaraan, hindari berbicara terlalu banyak.
2. Keterampilan memberi umpan balik bisa positif atau negatif. Umpan balik positif bersifat persetujuan atau pujian atas kinerja positif, sedangkan umpan balik negatif merupakan umpan balik berupa kritik atas kinerja yang kurang memuaskan. Biasanya, penerima dengan senang hati menanggapi umpan balik positif, tetapi tidak menanggapi umpan balik negatif. Agar skill ini efektif, Anda harus melakukan hal berikut saat memberikan feedback yaitu fokus pada perilaku tertentu, selalu menjaga umpan balik berorientasi pada tujuan, selalu menjaga umpan balik berorientasi pada tujuan, tepat waktu, memastikan pemahaman, umpan balik negatif mengarah langsung pada tindakan yang dapat dikendalikan oleh penerima.
 3. Selain dari perspektif pemangku kepentingan, perhatian harus diberikan pada :
Sensitivitas terhadap orang yang diajak bicara, memilih momen yang tepat, memilih media komunikasi yang tepat, memilih simbol yang sesuai.
 4. Membangun komunikasi antar orang berapapun jumlah rapat yang anda adakan kecuali ada komunikasi yang sehat antara peserta rapat, atasan, dan bawahan, tujuan rapat tidak akan tercapai. Komunikasi adalah inti hubungan manusia dalam organisasi dan manajemen. Semua manajer mempunyai kewajiban untuk berkomunikasi secara efektif dalam aktivitas kepemimpinannya. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi dan pemahaman antara dua orang atau lebih. Setidaknya dua peserta terlibat dalam komunikasi : pengirim (pengirim) dan penerima. Komunikasi dikatakan efektif bila dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat dan bila pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penerimanya. Proses komunikasi terdiri dari tujuh unsur : Munculnya gagasan, pengkodean, transmisi, penerimaan, penguraian kode, pemahaman dan membalas pesan.

Komunikasi penting bagi manajer karena alasan berikut:

1. Keberhasilan suatu organisasi sebagian besar bergantung pada berfungsinya jaringan komunikasi secara efektif.
2. Komunikasi tidak hanya penting dalam perencanaan, tapi juga penting untuk menetapkan cara.

3. Manajer yang efektif mengandalkan kata-kata yang mereka gunakan untuk memotivasi bawahan, kolega dan atasan mereka agar berperilaku sesuai keinginan mereka.
4. Komunikasi adalah cara paling penting bagi manajer dan orang lain untuk memotivasi dalam fase perubahan.

KESIMPULAN

Komunikasi dapat diartikan mengadakan pembicaraan dengan mengirimkan dan menerima pesan yang melibatkan dua orang atau lebih dalam mencapai kesamaan pemahaman dengan menggunakan cara berkomunikasi yang biasa melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal.

Fungsi komunikasi dalam organisasi terdiri atas fungsi informatif, regulasi (pengendalian), persuasif, dan inklusif. Proses komunikasi dapat dijelaskan dengan adanya pengirim pesan, penerima pesan, pesan, media perantara serta feedback yang timbul dari penerima pesan.

Komunikasi yang efektif sangat penting untuk perkembangan organisasi. Komunikasi berkaitan dengan pertukaran fakta, ide atau gagasan, pendapat, maupun perasaan antar anggota organisasi. Pesan-pesan organisasi dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan. Pesan verbal maupun non-verbal sama pentingnya dalam proses komunikasi organisasi. Struktur organisasi dapat menggambarkan bagaimana alur komunikasi dalam organisasi tersebut. Komunikasi bisa dilakukan secara vertikal (dari bawah ke atas, dari atas ke bawah) maupun secara horizontal. Komunikasi formal atau resmi dilakukan oleh atasan kepada bawahan secara ketat sesuai dengan hierarki struktur organisasi. Selanjutnya, komunikasi informal dilakukan berdasarkan interaksi sosial sesama anggota organisasi. Sementara berdasarkan penerima pesan, komunikasi organisasi berupa komunikasi internal dan eksternal.

Bentuk-bentuk komunikasi organisasi tersebut harus dipahami secara baik oleh pimpinan dan anggota organisasi, agar roda organisasi berjalan dengan baik dan tujuan organisasi dapat tercapai. Namun, komunikasi dalam organisasi tidak selalu berjalan lancar karena dipengaruhi oleh motif, sikap dan sentimen pengirim maupun penerima pesan. Selain itu, waktu pengiriman pesan yang tidak tepat, media atau saluran yang salah, informasi yang tidak lengkap, struktur organisasi dan wewenang atau tanggung jawab dapat juga menjadi hambatan dalam komunikasi. Persepsi dan motif berperan

penting dalam interpretasi pesan komunikasi. Keragaman budaya anggota, posisi kekuasaan, dan kredibilitas menambah dimensi baru dalam efektivitas komunikasi organisasi. Oleh karena itu, memilih bentuk komunikasi yang digunakan dalam organisasi adalah sebuah keniscayaan yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan konteksnya.

REFERENSI

- Argyris, C. (2011). *ORGANIZATIONAL TRAPS : LEADERSHIP, CULTURE, ORGANIZATIONAL DESIGN*. New York : Oxpord University Press
- Bartels, J, Peters,), dkk. (2010). *HORIZONTAL AND VERTICAL COMMUNICATION AS DETERMINATS OF PROFESSIONAL AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION*. Personnel Review, 29 (2), 210-226
- Cheney, G, Christensesn, L, T, dkk. (2011). *ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN AN AGE OF GLOBALIZATION : ISSUES, REFLECTIONS, PRACTICES*. USA : Waveland Press Inc
- Efeendy, O, U, E. (2017). *ILMU KOMUNIKASI TEORI DAN PRAKTEK*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Fadli, R, M. (2021). *MEMAHAMI DESAIN METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Jurnal : Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum. Vol. 21, No. 1. 33-54
- Hill, C, W, L, Jones, G, R. (2011). *ESSENTIALS OF SSTRATEGIC MANAGEMENT*. New York : McGraw-Hill
- Mesiono. (2014). *MANAJEMEN ORGANISASI*. Bandung : Citapustaka Media Perintis
- Milyane, M, T, Umiyati, H, dkk. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Bandung : Widina Bhakti Persada (Grup. CV. Widina Media Utama)
- Nasrudin, E. (2010). *PSIKOLOGI MANAJEMEN*. Bandung : Pustaka Setia
- Nurudin. (2017). *ILMU KOMUNIKASI ILMIAH DAN POPULER*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Payne, H, J. (2005). *RECONCEPTUALIZING SOCIAL SKILLS IN ORGANIZATIONS : EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATION COMPETENCE, JOB PERMORMANCE AND SUPERVISORY ROLES*. Journal Of Leadership & Organizational Studies, 11 (2), 63-77

- Siregar, T, R, Enas, U, dkk. (2021). *KOMUNIKASI ORGANISASI*. Bandung : Widina Bhakti Persada (Grup. CV. Widina Media Utama)
- Sopiah. (2008). *PERILAKU ORGANISASIONAL*. Yogyakarta : C. Andi Offset
- Syah, Y, L. (2014). *PERILAKU ORGANISASI (Konsep dan Implementasi)*. Bogor : IN MEDIA
- Wibowo. (2014). *PERILAKU DALAM ORGANISASI*. Jakarta : Rajawali Pers
- Wijaya. (2017). *PERILAKU ORGANISASI*. Medan : Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI)
- Winardi, J. (2014). *MANAJEMEN PERILAKU ORGANISASI*. Jakarta : Prenada Media Group
- Wood, J. T. (2013). *KOMUNIKASI : TEORI DAN PRAKTIK (KOMUNIKASI DALAM KEHIDUPAN KITA)*. Terjemahan Putri Aila Idris. Jakarta : Salemba Empat