

# KOMUNIKASI ORGANISASI

Buku ini membahas konsep dasar komunikasi organisasi dan pentingnya menciptakan alur komunikasi yang efektif dalam setiap struktur organisasi. Dilengkapi dengan teori-teori utama komunikasi, buku ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana informasi disampaikan, diterima, dan diproses dalam organisasi. Pembaca akan diperkenalkan dengan berbagai jenis komunikasi baik komunikasi vertikal, horizontal, maupun diagonal serta tantangan-tantangan yang muncul dalam setiap jenis tersebut. Selain itu, buku ini juga mengulas teknik-teknik untuk meningkatkan komunikasi antarindividu di dalam organisasi, termasuk dalam konteks manajemen perubahan, budaya organisasi, dan kepemimpinan. Pembaca akan diberikan panduan praktis untuk mengatasi masalah komunikasi yang sering terjadi, seperti misinterpretasi informasi, perbedaan budaya, dan hambatan bahasa. Melalui berbagai studi kasus dan contoh dunia nyata, buku ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga solusi praktis yang dapat langsung diterapkan untuk memperbaiki dinamika komunikasi dalam organisasi. Dengan pendekatan yang sistematis, buku ini cocok untuk praktisi, manajer, atau siapa saja yang ingin meningkatkan kualitas komunikasi di tempat kerja guna mencapai tujuan organisasi yang lebih optimal. "Komunikasi Organisasi" adalah sumber daya penting bagi setiap individu yang ingin memperkuat hubungan dan kolaborasi di lingkungan kerja melalui komunikasi yang jelas, efisien, dan membangun kepercayaan.



Cv. Pusdikra Mitra Jaya  
Jln. William Iskandar No. 2-K/ 22, Medan  
e-mail: cvpusdikramitrajaya@gmail.com  
Anggota IKAPI



9 786347 125002



KOMUNIKASI ORGANISASI

Indra Sakti Siagian, dkk

Indra Sakti Siagian  
Rabbirham  
Adolina

# KOMUNIKASI ORGANISASI



Editor :  
Prof. Dr. Mesiono, S.Ag, M.Pd  
Dr. Toni Nasution, M.Pd



# **KOMUNIKASI ORGANISASI**

**Indra Sakti Siagian  
Rabbirham  
Adolina**

# **KOMUNIKASI ORGANISASI**

**Editor :  
Prof. Dr. Mesiono, S.Ag, M.Pd  
Dr. Toni Nasution, M.Pd**



**Cv. Puskra Mitra Jaya**

**Judul :**

Komunikasi Organisasi

**Penulis :**

Indra Sakti Siagian

Rabbirham

Adolina

**Editor :**

Prof. Dr. Mesiono, S.Ag, M.Pd

Dr. Toni Nasution, M.Pd

**Diterbitkan Oleh :**

CV. Pusedikra Mitra Jaya

Alamat : Percetakan Pusedikra, Jln. William Iskandar No. 2-K/ 22, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.

e-mail : [cvpusedikramitrajaya@gmail.com](mailto:cvpusedikramitrajaya@gmail.com)  
[fuadzaini06@gmail.com](mailto:fuadzaini06@gmail.com)

Kontak : 0823-6050-1584 (HP/WA)  
Mhd. Fuad Zaini Siregar, M.Pd

**Desain Sampul :**

Pusedikra Team

**ISBN :**

978-634-7125-00-2

**IKAPI :**

No. 043/SUT/2020

Cetakan Pertama pada bulan Februari 2025

**Copyright :****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

Dilarang keras memperbanyak, memfotokopi sebagian atau seluruh isi buku ini, serta memperjualbelikannya tanpa mendapat izin tertulis dari penerbit maupun penulis terkait.

(Pasal 113 Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014).



**CV. Pusedikra Mitra Jaya**

## **KATA PENGANTAR**

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan syukur editor sampaikan kehadirat Allah Swt Tuhan Yang Maha Esa Tuhan Pemilik segala kemuliaan dan keilmuan. Shalawat dan salam editor hadiahkan keharibaan junjungan Allah Baginda Rasulallah Nabi Muhammad Saw yang mengajarkan risalah kepada ummatnya sehingga memiliki kemampuan menata dan merealisasikan kuantitas shalawat untuk mendapatkan syafaatnya di hari kelak. Aamiin.

Buku ini berjudul: Komunikasi Organisasi, judul buku ini dihadirkan diharapkan menjadi bagian dari kontribusi keilmuan pada bidang Manajemen Pendidikan Islam. Buku berbasis kajian teori ini mengkaji berbagai falsafah komunikasi secara mendasar sampai dengan perkembangan berbagai gaya komunikasi dalam organisasi. Editor sangat mendukung peningkatan kreativitas akademisi dalam melahirkan karya-karya dalam lingkungan kajian manajemen Pendidikan islam, sehingga diharapkan menjadi rutinitas kekayaan gagasan dalam rangka menunjang produktivitas karya dan menambah khasanah keilmuan.

Buku sederhana ini diharapkan mampu membuka wacana berpikir mahasiswa, akademisi serta praktisi dan menambah khasanah keilmuan kalangan peminat kajian Komunikasi Organisasi. Editor berharap perlu saran dan kritik perbaikan serta penyesuaian dengan perkembangan zaman dan perubahan sosial yang dinamis. Semoga bermanfaat.

### **Editor**

**Prof. Dr. Mesiono, S.Ag, M.Pd**

**Dr. Toni Nasution, M.Pd**

## **DAFTAR ISI**

<b>PENGANTAR PENULIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>RUANG LINGKUP KOMUNIKASI ORGANISASI.....</b>	<b>1</b>
A. Definisi Komunikasi.....	1
B. Fungsi dan Tujuan Komunikasi.....	14
C. Media Komunikasi.....	18
D. Organisasi Sebagai Dialog .....	21
<b>BAB II</b>	
<b>RUANG LINGKUP ORGANISASI.....</b>	<b>24</b>
A. Definisi Organisasi.....	24
B. Elemen Organisasi .....	26
C. Tujuan dan Manfaat Organisasi.....	39
D. Karakteristik Organisasi.....	41
E. Konsep Penting Teori Organisasi.....	44
F. Kategori Teori Organisasi .....	46
<b>BAB III</b>	
<b>PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI .....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan Manajemen Klasik .....	52
B. Pendekatan Human Relations .....	58
C. Pendekatan Sumber Daya Manusia.....	62
D. Pendekatan Sistem.....	68

## **BAB IV**

### **PENDEKATAN KLASIK, HUMAN RELATIONS & SUMBER DAYA MANUSIA.....76**

- A. Teori Pendekatan Klasik .....76
- B. Teori Human Relations .....83
- C. Pendekatan Sumber Daya Manusia.....91

## **BAB V**

### **PENDEKATAN SISTEM DAN PENDEKATAN KULTURAL DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI ..... 103**

- A. Pendekatan Sistem ..... 103
- B. Symbolic Intertionism dalam Komunikasi Organisasi... 105
- C. Metafora Sistem dan Konsep-konsep Sistem..... 107
- D. Budaya Organisasi ..... 109
- E. Pendekatan Kultural dalam Komunikasi Organisasi ..... 112

## **BAB VI**

### **KONSEP MOTIVASI DAN HARAPAN HIDUP..... 117**

- A. Konsep Motivasi ..... 117
- B. Konsep Harapan Hidup ..... 120
- C. Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow ..... 123
- D. Teori X dan Y dari Douglas McGregor ..... 125
- E. Teori Motivasi Prestasi McClelland..... 128
- F. Teori Dua Faktor Herzberg..... 129
- G. Teori ERG Clayton Alderfer ..... 130



## **BAB VII**

### **LINGKUNGAN ORGANISASI..... 133**

- A. Definisi Lingkungan Organisasi ..... 133
- B. Ide Tentang Lingkungan Organisasi ..... 137
- C. Fungsi Hubungan Organisasi dan Lingkungan  
Organisasi ..... 138

## **BAB VIII**

### **STRUKTUR ORGANISASI DAN PUBLIC RELATIONS..... 146**

- A. Definisi Struktur Organisasi ..... 146
- B. Hakikat Public Relations..... 150
- C. Peran dan Fungsi Public Relation ..... 155

## **BAB IX**

### **SISTEM DAN FUNGSI, POLA-POLA KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI ..... 160**

- A. Komunikasi dan Organisasi ..... 160
- B. Fungsi Komunikasi Organisasi ..... 162
- C. Struktur dan Arus Komunikasi..... 167
- D. Sistem Komunikasi ..... 174

## **BAB X**

### **BUDAYA DAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM TEKNOLOGI INFORMASI..... 182**

- A. Pembentukan Budaya Organisasi ..... 182
- B. Karakteristik Budaya Organisasi ..... 185
- C. Pengertian Iklim Organisasi ..... 187

D. Faktor-faktor yang mempengaruhi Iklim Organisasi..... 192

## **BAB XI**

### **KEPEMIMPINAN DALAM ORGANISASI ..... 199**

A. Pengertian Kepemimpinan dalam Organisasi ..... 199

B. Teori Kisi Kepemimpinan ..... 200

C. Teori 3D..... 202

D. Teori Kepemimpinan Situasional..... 203

E. Teori Empat-Sistem..... 205

F. Teori Kontinum ..... 206

## **BAB XII**

### **GAYA KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI ..... 210**

A. Komunikasi..... 210

B. Komunikasi Organisasi ..... 215

C. Macam-macam Gaya Komunikasi ..... 218

D. Peranan Komunikasi Kepemimpinan ..... 221

# BAB I

## RUANG LINGKUP KOMUNIKASI ORGANISASI

### A. Defenisi Komunikasi

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih. Sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Robbins dan Jones mendefenisikan bahwa komunikasi adalah sebuah proses membangun hubungan antara semua orang melalui bertukar informasi untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat. Istilah komunikasi berasal berasal dari bahasa inggris yaitu communication. Kata communication itu sendiri berasal dari bahasa latin “ communication “ yang artinya pemberitahuan atau pertukaran ide dnegan pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya. Defenisi ini sesuai dengan pendapat Laswell bahwa komunikai adalah proses pertukaran infromasi, gagasan, pandangan, atau perasaan antara individu atau kelompok.

Komunikasi juga dapat diartikan sebagai perpindahan dan pemahaman makna perpindahan makna; apabila pesan atau ide pokok belum disampaikan, maka komunikasi belum terjadi. Komunikator yang tidak bia didengar atau penulis yang hasil

tulisannya tidak mampu dipahami juga belum bisa dikatakan sebagai komunikasi. Dan yang terpenting adalah komunikasi sebagai pemahaman makna. Supaya komunikasi sukses, maka harus saling dipahami dengan menggunakan bahasa yang saling mengerti.

Komunikasi berperan penting dalam kehidupan. Komunikasi merupakan inti dari kehidupan sosial manusia dan merupakan komponen dasar dari hubungan antar manusia. Banyak permasalahan yang menyangkut manusia dapat diidentifikasi dan dipecahkan melalui komunikasi, tetapi banyak pula hal-hal kecil di dalam kehidupan manusia menjadi permasalahan besar karena komunikasi. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut.<sup>1</sup>

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan mengenai komunikasi, dapat disimpulkan bahwa Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang bertujuan agar pesan tersebut dipahami oleh penerima. Definisi komunikasi mencakup pertukaran informasi, gagasan, atau perasaan antara individu atau

---

<sup>1</sup> Brain Fransisco Supit, *Konsep dasar Komunikasi Organisasi*, Tahta Media Group, 2023, hlm 1

kelompok, yang memungkinkan terjadinya hubungan sosial dan perubahan sikap atau perilaku. Seperti yang dijelaskan oleh Robbins dan Jones, komunikasi adalah alat untuk membangun hubungan antar individu melalui pertukaran informasi yang dapat memengaruhi pandangan atau tindakan masyarakat.

Inti dari komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh penerima. Proses komunikasi baru dikatakan berhasil jika makna yang dimaksud oleh komunikator dapat diterima dan dimengerti oleh penerima pesan. Ini menekankan pentingnya pemahaman bersama dan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti oleh kedua belah pihak. Lebih jauh lagi, komunikasi memiliki peran sentral dalam kehidupan sosial manusia. Sebagai komponen dasar dalam hubungan antar manusia, komunikasi dapat membantu mengidentifikasi dan memecahkan berbagai permasalahan. Namun, komunikasi juga dapat menjadi sumber permasalahan jika pesan yang disampaikan tidak dipahami dengan cara yang benar oleh penerima. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif hanya dapat tercapai jika pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan dengan cara yang sama oleh pengirim dan penerima pesan. Secara keseluruhan, komunikasi bukan hanya soal menyampaikan informasi, tetapi juga tentang memastikan pemahaman yang sama antar pihak yang terlibat. Komunikasi yang efektif adalah kunci untuk menjaga hubungan

yang harmonis dan produktif dalam kehidupan sosial maupun profesional.

### **1. Komunikasi sebagai Transfer Informasi**

Pendekatan transfer informasi memandang komunikasi sebagai jalur metaforis yang dilalui informasi dari satu orang ke orang lain. Dengan demikian, para manajer berkomunikasi dengan baik ketika mereka mentransfer pengetahuan mereka kepada bawahan dan orang lain dengan “tumpahan” yang minimal. Menurut Steven Axley (1984), versi komunikasi ini mengasumsikan hal berikut:

- 1) Bahasa memungkinkan kita mentransfer pikiran dan perasaan dari satu orang ke orang lain.
- 2) Pembicara dan penulis memasukkan pikiran dan perasaan ke dalam kata-kata.
- 3) Kata-kata mengandung pikiran dan perasaan tersebut.
- 4) Pendengar atau pembaca mengekstrak pikiran dan perasaan tersebut dari kata-kata.

Pendekatan transfer informasi melihat komunikasi sebagai alat yang digunakan orang untuk mencapai tujuan mereka. Pandangan ini, yang dipopulerkan pada awal hingga pertengahan 1900-an, membandingkan komunikasi manusia dengan aliran informasi melalui telegraf atau kabel telepon. Komunikasi satu arah yang jelas ditekankan selama periode ini sebagai sarana untuk memberi kesan dan memengaruhi orang lain. Sejalan dengan ini,

komunikasi biasanya didefinisikan sebagai "pertukaran informasi dan transmisi makna".<sup>2</sup>

Pendekatan transfer informasi dirangkum dalam model SMCR milik David Berlo (1960). Di dalamnya, komunikasi terjadi ketika pengirim (S) mengirimkan pesan. (M) melalui saluran (C) ke penerima (R). Pengirim mengodekan makna yang dimaksud ke dalam kata-kata, dan penerima mendekodekan pesan tersebut saat diterima. Model transfer informasi, meskipun sudah ketinggalan zaman, tetap menjadi cara yang berguna untuk menjelaskan situasi komunikasi tertentu dalam organisasi, seperti pemberian dan penerimaan instruksi teknis, email, pesan instan, atau pertukaran Twitter di antara karyawan. Dan juga menemukan model ini berguna dalam mengajarkan penyedia layanan kesehatan cara menyerahkan informasi tentang pasien kepada kolega (misalnya, seorang perawat yang mengakhiri shift malamnya di rumah sakit memberikan catatan pasien kepada perawat yang baru memulai shift paginya). Daripada hanya menyerahkan informasi dan keluar pintu, pengirim mempromosikan komunikasi yang efektif saat mereka berhenti sejenak dan memastikan bahwa penerima "mendapatkan" pesan. Ini juga merupakan kesempatan bagi penerima untuk mengklarifikasi dan mengajukan pertanyaan –

---

<sup>2</sup> Dessler, *Management Fundamentals*" atau "*Human Resource Management*", (Reston Publishing Company : 1982), hlm. 94

pertanyaan yang mungkin penting untuk kesehatan dan keselamatan pasien (Mahar, 2006). Kritik terhadap pendekatan transfer informasi berpendapat bahwa pendekatan itu terlalu sederhana dan tidak lengkap, menggambarkan komunikasi sebagai proses yang berurutan, linier, dan bahkan otomatis

## **2. Komunikasi sebagai Proses Transaksional**

Ketidakpuasan dengan pendekatan transfer informasi terhadap komunikasi menyebabkan pengembangan model proses transaksional. Model ini menegaskan bahwa dalam komunikasi manusia, perbedaan yang jelas tidak dibuat antara pengirim dan penerima. Sebaliknya, orang memainkan kedua peran secara bersamaan. "Semua orang terlibat dalam pengiriman dan penyandian serta penerimaan dan penguraian pesan secara bersamaan. Setiap orang terus-menerus berbagi dalam proses tersebut, dan setiap orang memengaruhi yang lain".<sup>3</sup>

Pendekatan proses transaksional menyoroti pentingnya umpan balik, atau informasi tentang bagaimana pesan diterima, dan khususnya umpan balik nonverbal, yang dapat menyertai atau menggantikan umpan balik verbal. Pertimbangkan, misalnya, pesan nonverbal yang dikirim siswa kepada instruktur selama kuliah untuk menunjukkan tingkat perhatian dan pemahaman

---

<sup>3</sup> Wenberg & Wilmot, *The Personal Communication Process*, (New York: 1973), hlm. 5



mereka. Sementara anggota satu kelas mungkin berada di tepi kursi mereka dan membuat kontak mata yang konsisten dengan guru, anggota kelas lain mungkin membungkuk, gelisah, dan menghindari tatapan instruktur. Benar atau salah, sebagian besar guru akan mengilhami perilaku nonverbal ini dengan makna dan menafsirkan kelas pertama sebagai lebih terlibat dan cerdas. Pentingnya komunikasi nonverbal ditangkap oleh aksioma terkenal "Anda tidak dapat tidak berkomunikasi".<sup>4</sup> Dengan kata lain, seseorang tidak perlu berbicara untuk berkomunikasi; pesan nonverbal disampaikan melalui keheningan, ekspresi wajah, postur tubuh, dan gerak tubuh seseorang. Akibatnya, semua jenis perilaku merupakan pesan potensial.

Model proses transaksional berbeda dari pendekatan transfer informasi dalam hal lokasi yang dianggap sebagai makna pesan. Dalam model transfer informasi, makna pesan berada di tangan pengirim, dan tantangan komunikasi adalah untuk menyampaikan makna itu kepada orang lain. Dalam model proses transaksional, sebaliknya, makna ada pada orang, bukan kata-kata (Richards, 1936). Model ini berfokus pada orang yang menerima pesan dan pada bagaimana penerima membangun makna pesan itu. Akibatnya, kata Steven Axley, "Miskomunikasi adalah

---

<sup>4</sup> Watzlawick, Beavin, & Jackson, "Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes" (Norton : 1967), hlm. 49

keadaan normal dalam komunikasi manusia. Miskomunikasi dan komunikasi yang tidak disengaja harus diharapkan, karena itu adalah norma".<sup>5</sup>

Satu area yang dapat diterapkan model proses transaksional adalah kepemimpinan organisasi. Gagasan tentang kepemimpinan telah berevolusi dari keyakinan sederhana bahwa orang-orang tertentu dilahirkan dengan keterampilan kepemimpinan hingga pengakuan bahwa kepemimpinan melibatkan transaksi antara pemimpin dan pengikut. Dengan demikian, pemimpin yang sukses dapat membentuk makna yang diberikan pengikut terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan pemimpin. Dalam pengertian ini, kepemimpinan adalah manajemen makna transaksional antara pemimpin dan pengikut. Bandingkan ini dengan model transfer informasi, yang mengukur efektivitas pemimpin hanya pada kemampuannya untuk "menyampaikan" pesan yang inspiratif. Sebaliknya, model proses transaksional memprediksi bahwa pemahaman bersama akan muncul antara pemimpin dan pengikutnya dari waktu ke waktu melalui komunikasi.

Banyak pakar mengkritik pandangan proses transaksional karena penekanannya pada penciptaan makna bersama melalui komunikasi. Bias terhadap makna bersama ini mungkin lebih

---

<sup>5</sup> Steven R. Axley, *Management and the Communication-Intensive Organization*, (Praeger : 1996 ), hlm. 432

didasarkan pada ideologi daripada penelitian empiris. Tingkat makna bersama antara orang-orang tidak pernah dapat diverifikasi; yang pernah ada sebagai bukti hanyalah laporan orang-orang tentang apa yang mereka maksud, yang dapat dimanipulasi dan tidak dapat diandalkan. Makna bersama menyiratkan konsensus, dan secara umum diamati bahwa komunikasi organisasi lebih sering dicirikan oleh ambiguitas, konflik, dan sudut pandang yang beragam.

### **3. Komunikasi sebagai Pengendalian Strategis**

Tidak seperti model proses transaksional, yang mengasumsikan bahwa komunikator yang efektif bersikap jelas dan terbuka dalam upaya mereka untuk meningkatkan pemahaman dan makna bersama, perspektif pengendalian strategis menganggap komunikasi sebagai alat untuk mengendalikan lingkungan (Parks, 1982). Perspektif ini mengakui bahwa, karena faktor pribadi, hubungan, dan politik, kejelasan yang lebih besar tidak selalu menjadi tujuan utama dalam interaksi. Perspektif pengendalian strategis melihat komunikator memiliki banyak tujuan. Misalnya, dalam tinjauan kinerja, seorang supervisor mungkin memiliki dua tujuan utama: untuk dipahami dan untuk menjaga hubungan kerja yang positif. Dalam hal ini, dari sudut pandang ini, komunikator yang kompeten adalah orang yang memilih strategi yang tepat untuk mencapai banyak tujuan.

Pendekatan pengendalian strategis terhadap komunikasi mengakui bahwa meskipun orang mungkin memiliki alasan atas perilaku mereka, mereka tidak dapat diharapkan untuk berkomunikasi dengan cara yang secara konsisten memaksimalkan pemahaman orang lain. Pilihan komunikasi dimotivasi secara sosial, politik, dan etika. Kita semua mengakui bahwa orang lain mungkin melanggar harapan komunikatif tentang kejelasan dan kejujuran ketika mereka yakin bahwa hal itu demi kepentingan mereka. Tidak seperti model komunikasi lainnya, pendekatan pengendalian strategis menantang gagasan tentang makna bersama sebagai dasar atau motivasi utama untuk komunikasi. Sebaliknya, pendekatan ini berpendapat bahwa makna bersama adalah konsep yang tidak dapat diverifikasi secara empiris (Krippendorff, 1985) dan bahwa tujuan utama komunikasi harus berupa tindakan yang terorganisasi (Donnellon, Gray, & Bougon, 1986). Jika kita menerima bahwa maknamakna yang diciptakan satu orang mungkin tidak sama dengan makna yang diberikan orang lain terhadap pesan yang sama, yang penting bukanlah apakah kedua orang tersebut saling memahami, yang penting adalah apakah mereka bertindak dengan cara yang saling memuaskan (Weick, 1995).

Meskipun perspektif pengendalian strategis memajukan apresiasi kita terhadap seluk-beluk komunikasi, perspektif ini bukannya tanpa masalah. Pertama, perspektif ini meminimalkan

pentingnya etika. Meskipun ambiguitas strategis merupakan hal yang umum dalam organisasi, perspektif ini sering digunakan untuk menghindari kesalahan. Terutama ketika diminta untuk memberikan kesaksian tentang tindakan mereka di pengadilan, banyak, jika tidak sebagian besar, eksekutif akan memanfaatkan "ruang gerak" yang diberikan oleh bahasa yang tidak jelas atau ambigu. Dengan demikian, ketika mereka berhasil, mereka dapat mengklaim penghargaan, tetapi ketika mereka gagal, mereka dapat dengan cepat mengidentifikasi interpretasi peristiwa yang membebaskan mereka dari tanggung jawab.

Keterbatasan lain dari pendekatan pengendalian strategis adalah penekanannya pada perilaku individu (atau pada individu yang mengendalikan lingkungan mereka melalui komunikasi), yang sering kali mengorbankan masyarakat. Dengan demikian, pendekatan ini mengaburkan masalah yang terkait dengan kerja sama, koordinasi, kekuasaan dan ketidaksetaraan, serta hubungan saling ketergantungan antara individu dan kelompok. Model pengendalian strategis menyatakan bahwa dunia terdiri dari komunikator independen, masing-masing bekerja untuk mengendalikan lingkungannya sendiri, dan bahwa makna hanya ada dalam pikiran orang-orang.

#### **4. Komunikasi sebagai Keseimbangan Kreativitas dan Kendala**

Definis tentang komunikasi organisasi dalam teks ini adalah bahwa komunikasi merupakan keseimbangan antara

keaktivitas dan kendala. percaya komunikasi adalah penyelesaian ketegangan antara kreativitas individu dan kendala organisasi dari waktu ke waktu. Frasa "penyelesaian ketegangan dari waktu ke waktu" merujuk secara khusus pada keseimbangan kreativitas (berpikir inovatif, bersedia untuk mengkaji ulang rutinitas dan praktik yang dianggap biasa, mendorong ide-ide baru, dan sebagainya) dan kendala (konstruksi realitas yang membatasi pilihan respons strategis individu, seperti tenggat waktu, batasan keuangan, aturan organisasi, dan sebagainya).

Sejak akhir tahun 1960-an, fokus utama para ahli teori sosial adalah hubungan antara individu dan masyarakat, yang dalam kasus diterjemahkan menjadi hubungan antara karyawan dan organisasi. Sebagai contoh bagaimana ketegangan antara kreativitas dan kendala dibangun melalui komunikasi, kita dapat mengutip rapat yang kami hadiri di sebuah perusahaan yang memproduksi lift hidrolik. Rapat staf ini dikontrol oleh presiden perusahaan menurut agenda yang telah disiapkannya. Sebagian besar diskusi ditandai dengan pengarahan singkat tentang berbagai topik (seperti penjualan baru, perubahan personel, dan pengeluaran peralatan modal) dan sedikit pengambilan keputusan yang sebenarnya.

Meskipun para eksekutif yang hadir adalah pengambil keputusan yang berpengalaman, mereka tahu bahwa presiden memandang setiap sudut pandang yang berlawanan sebagai tanda

ketidaksetiaan. Dijuluki "Jenderal Kecil," presiden secara rutin memermalukan karyawan yang tidak setuju dengannya atau yang mencoba melakukan tindakan independen. Seiring berjalannya waktu, nonkonfrontasi karyawan dianggap biasa saja, dan apa yang awalnya merupakan konstruksi manusia mulai diterima sebagai realitas organisasi. Meskipun ada kendala kuat dalam komunikasi dan norma nonkonfrontasi di perusahaan, namun, kadang-kadang dorongan untuk menjadi kreatif muncul selama rapat. Seorang karyawan mungkin, misalnya, memperkenalkan topik yang tidak ada dalam agenda presiden atau menyajikan data baru yang bertentangan dengan data yang diberikan oleh presiden. Dengan mengamati komunikasi dengan cara ini, kami melihat kreativitas dan kendala dalam tindakan, saat norma-norma perusahaan diterapkan atau ditantang.

Perhatikan bahwa tindakan penyeimbangan ini merangsang kreativitas sebagai respons strategis terhadap atau-kendala organisasi. Dalam contoh kami, anggota staf bertindak berdasarkan informasi yang telah mereka miliki untuk memandu pilihan mereka tentang kapan harus berbicara dan apa yang harus dikatakan. Namun, sayangnya, realitas organisasi tentang nonkonfrontasi membatasi pilihan strategis dan kemampuan mereka untuk menanggapi. Karena presiden tampaknya tidak dapat menanggapi inisiatif mereka secara positif dan karena mereka tidak dapat mengubah konstruksi realitasnya,

keseimbangan condong ke arah kendala dan menjauh dari kreativitas. Kurangnya keseimbangan inilah yang membuat rapat staf menjadi urusan yang relatif tidak produktif dan sepihak.

## **B. Fungsi dan Tujuan Komunikasi**

Komunikasi adalah aspek mendasar dalam kehidupan manusia yang memainkan peran penting dalam semua bentuk interaksi sosial. komunikasi adalah proses di mana peserta saling berbagi informasi dan menciptakan pemahaman bersama. Pada intinya, komunikasi mencakup pertukaran pesan yang dapat disampaikan melalui berbagai media, seperti lisan, tulisan, visual, atau elektronik, dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, ide, atau emosi. Secara umum, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian, motivasi, ekspresi emosi, dan sosialisasi. Ini menjadikan komunikasi sebagai komponen kunci dalam hubungan antarpribadi dan keberfungsian organisasi.

Adapun menurut Lee Thayer (1967), komunikasi mempunyai empat fungsi berbeda sebagai berikut :

### **1. Information Function ( fungsi Informasi )**

Fungsi informasi merupakan fungsi utama komunikasi untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bagi individu melalui adaptasi. Sehingga anggota organisasi membutuhkan informasi mengenai lingkungan kerja dan informasi membutuhkan informasi untuk bertindak terhadap lingkungan tersebut. Pelau



organisasi membutuhkan informasi tentang tugas, pekerjaan, dan dengan siapa dia bekerja, karena dia tidak bekerja seorang diri secara otonom, tetapi dalam hubungan kerjasama dalam kelompok. Dia membutuhkan informasi untuk membangun hubungan dalam kelompok untuk kewenangan dan penyesuaian.

Contoh jika dia seorang manajer, ia membutuhkan informasi untuk menentukan tujuan, sasaran, dan masalah-masalah yang terkait dengan tujuan dan sasaran tersebut baik secara internal maupun eksternal. Lebih jelasnya pesan informasi yang dimaksudkan untuk mengatasi ketidakpastian dalam hal adaptasi dan inovasi.

## **2. Command And Instructive Functions (Fungsi perintah dan instruksi)**

Komunikasi yang menjadikan manajemen mampu membuat karyawan senantiasa bekerja ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini meliputi penentuan apa perintah dan instruksi yang di berikandari atasan kepada anggota organisasi dan bagaimana harus dijalankan. Fungsi ini menyangkut kepatuhan pada kebijakan, standarisasi praktik kerja, prosedur, alokasi waktu kapan harus dilaksanakan, dan ketetapan maupun kelengkapan hasil kerja. Fungsi perintah dan instruksi ini berhubungan erat dengan produksi dan kegiatan operasional sehari-hari dalam organisasi. Fungsi ini kadang juga di sebut fungsi produksi atau fungsi tugas operasional.

### **3. Influence And Persuasive Functions (Fungsi pengaruh dan persuasi)**

Fungsi pengaruh dan persuasi merupakan komunikasi kewenangan dan posisi dalam struktur hierarkis. Kewenangan membawa implikasi bahwa komunikasi harus diterima dan wajib dilaksanakan, sebab mempunyai legitimasi yang artinya, komunikasi tersebut absah dan tidak menyimpang dari tujuan organisasi. Melalui pengaruh persuasi, manajemen dengan posisi dan kewenangannya dapat mengendalikan informasi dan perilaku karyawan, terutama melalui peraturan, norma, dan tanggung jawab.

Konsekuensinya anggota organisasi mempunyai kewajiban untuk menerima dan patuh pada peraturan, norma-norma, tanggung jawab, dan loyalitas. Fungsi pengaruh dan persuasi terkait dengan regulasi atau pengaturan. Dengan pengaturan yang tegas, anggota organisasi menjadi tahu tentang apa perilaku, informasi, komunikasi, interaksi, dan hubungan yang dapat dibenarkan dan harus dilaksanakan serta apa yang di tolak dan dihindari, lengkap dengan konsekuensinya.

### **4. Integrative Functions (Fungsi integrasi)**

Fungsi integrasi adalah fungsi yang membuat komunikasi hubungan seluruh anggota organisasi menjadi harmonis dalam kerja sama dan kesepakatan tentang tujuan organisasi. Jadi fungsi integrasi terkait dengan komunikasi formal fungsional yang

sekaligus bersifat sosial dan relasional. Integrasi antar segenap anggota organisasi dapat tercapai melalui sosialisai nilai dan peningkatan martabat, termasuk berbagai acara dan upacara, perayaan hari jadi perusahaan, pertemuan sosial, dan berbagai kegiatan bersama, seperti olahraga dan minat bersama, yang berdampak pada kepuasan kerja, harga diri, dan loyalitas anggota organisasi. fungsi integrasi adalah sosialisasi nilai-nilai budaya organisasi yang membuat segenap anggota organisasi menjadi serasi dan berpengaruh terhadap kepuasan kerja, motivasi, dan rasa betah bekerja.<sup>6</sup>

Menurut Candra dkk, tujuan utama komunikasi adalah untuk membangun dan menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

Mundakir dalam Hariyanto secara umum menyebutkan bahwa tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Agar pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti orang lain (komunikasikan). Dalam menjalankan perannya sebagai komunikator, perlu menyampaikan pesan dengan jelas, lengkap dan sopan.

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm 3

2. Memahami orang lain, sebagai komunikator proses komunikasi tidak akan berlangsung dengan baik bila komunikator tidak dapat memahami kondisi atau apa yang diinginkan oleh komunikan.
3. Agar gagasan dapat diterima orang lain.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, mempengaruhi orang lain untuk mau melakukan sesuatu sesuai keinginan kita bukanlah hal yang mudah, di sini perlu adanya pendekatan-pendekatan yang jitu agar orang lain percaya dan yakin bahwa apa yang kita harapkan untuk dilakukan tersebut benar-benar dapat bermanfaat bagi komunikan yang lain.

### **C. Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah alat, sarana, atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari satu pihak ke pihak lain. Media komunikasi berperan sebagai perantara yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam berbagai bentuk, baik lisan, tulisan, gambar, maupun suara. Media komunikasi sangat bervariasi, tergantung pada konteks dan tujuan penggunaannya.<sup>7</sup>

#### **1. Media Komunikasi Tradisional**

---

<sup>7</sup> McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Hlm 45-50.

- 1) Media Cetak: Surat kabar, majalah, buku, brosur, dan pamflet. Media ini masih digunakan secara luas untuk penyampaian informasi tertulis yang sifatnya permanen dan dapat dibaca berulang kali. Contoh: Koran lokal, majalah nasional.<sup>8</sup>
- 2) Media Penyiaran: Radio dan televisi yang menyampaikan informasi melalui gelombang suara dan gambar. Media ini memungkinkan komunikasi satu arah kepada khalayak yang luas. Contoh: Saluran televisi, stasiun radio.<sup>9</sup>

## 2. Media Komunikasi Digital

- 1) Internet: Platform digital seperti website, blog, forum diskusi, dan portal berita online yang memungkinkan komunikasi dan penyebaran informasi secara global dalam waktu singkat. Contoh: Website berita, forum diskusi online.<sup>10</sup>
- 2) Media Sosial: Platform online seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, yang memungkinkan pengguna

---

<sup>8</sup> Baran, S. J. *Introduction to Mass Communication*. McGraw-Hill Education. (2019). hlm 150-160.

<sup>9</sup> Castells, M. *Communication Power*. Oxford University Press. (2009). hlm 200-220

<sup>10</sup> Chadwick, A *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. . (2013). hlm 80-110.

berinteraksi dan berbagi konten secara real-time. *Contoh:* Akun Instagram, Twitter.<sup>11</sup>

### 3. Media Komunikasi Interpersonal

- 1) Telepon dan Pesan Singkat (SMS): Komunikasi langsung antara dua pihak melalui suara atau teks. Meskipun lebih lama dari media digital, masih dianggap penting untuk komunikasi personal atau bisnis. *Contoh:* Panggilan telepon, SMS.<sup>12</sup>
- 2) Video Call: Komunikasi melalui gambar dan suara secara langsung menggunakan aplikasi video conference seperti Zoom, Skype, dan Google Meet. *Contoh:* Pertemuan bisnis virtual, panggilan video keluarga.

### 4. Media Interaktif

- 1) Game Online: Game berbasis internet yang memungkinkan komunikasi antara pemain melalui teks, suara, atau gambar. *Contoh:* Game multiplayer seperti PUBG, Fortnite.<sup>13</sup>
- 2) Virtual Reality (VR): Media yang menggunakan perangkat teknologi untuk menciptakan lingkungan

---

<sup>11</sup> Fiske, J.. *Introduction to Communication Studies*. Routledge. (1990).Hlm. 60-70.

<sup>12</sup> Aran, S. J. *Introduction to Mass Communication*. McGraw-Hill Education. (2019). Hlm. 210-230.

<sup>13</sup> Manovich, L. *The Language of New Media*. ( MIT Press, 2001). Hlmaman 200-220.

buatan yang dapat berinteraksi dengan pengguna secara realistis. Contoh: Pengalaman virtual di dunia simulasi.

#### **D. Organisasi Sebagai Dialog**

Dialog adalah proses pertukaran informasi atau komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama. Dalam konteks komunikasi interpersonal, dialog memungkinkan terciptanya interaksi yang dinamis dan terbuka, di mana masing-masing pihak dapat menyampaikan pendapat serta mendengarkan sudut pandang orang lain. Dialog merupakan suatu bentuk komunikasi timbal balik yang terjadi secara langsung di antara dua atau lebih individu, di mana partisipan tidak hanya berbicara tetapi juga mendengarkan.<sup>14</sup>

Konsep organisasi sebagai dialog berakar pada pandangan bahwa organisasi tidak hanya sebagai struktur atau hierarki yang statis, tetapi sebagai fenomena yang dibentuk melalui interaksi dan percakapan antar individu. Pendekatan dialogis ini mengakui bahwa organisasi adalah hasil dari proses komunikasi yang terus-menerus, di mana anggota-anggota organisasi bersama-sama membentuk dan membangun realitas sosial mereka. Melalui dialog, anggota organisasi dapat menciptakan makna bersama,

---

<sup>14</sup> Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, ( Remaja Rosdakarya: 2003), hlm. 47

menyelesaikan konflik, dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.<sup>15</sup>

Eisenberg menekankan bahwa dialog memungkinkan organisasi untuk menjadi lebih adaptif dan kreatif. Dengan melibatkan semua pihak dalam komunikasi terbuka dan kolaboratif, organisasi dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah dan mempertahankan hubungan yang sehat antara individu, kelompok, dan pemimpin. Dalam dialog, ada ruang bagi perbedaan pendapat, yang memungkinkan diskusi terbuka dan munculnya inovasi. Dialog juga berfungsi sebagai alat untuk membangun kepercayaan, memperkuat hubungan interpersonal, dan mendorong budaya organisasi yang inklusif. Dalam organisasi yang dialogis, tidak ada satu pihak pun yang sepenuhnya mendominasi percakapan, melainkan setiap orang memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara setara.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Keraf, A. S. *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. (Yogyakarta: Kanisius, 1998).. hlm. 54

<sup>16</sup> Nenny Kurniati, Rojuaniah, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Integritas Perilaku Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan, *Sinomika Journal*, Volume 1 No. 5, 2023. Hlm 1157



## DAFTAR PUSTAKA

- Aran, S. J. *Introduction to Mass Communication*. McGraw-Hill Education. (2019). Hlm. 210-230.
- Baran, S. J. *Introduction to Mass Communication*. McGraw-Hill Education. (2019). hlm 150-160.
- Brain Fransisco Supit, *Konsep dasar Komunikasi Organisasi*, Tahta Media Group, 2023, hlm 1
- Castells, M. *Communication Power*. Oxford University Press. (2009). hlm 200-220
- Chadwick, A *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. . (2013). hlm 80-110.
- Dessler, *Management Fundamentals*" atau "*Human Resource Management*", (Reston Publishing Company : 1982), hlm. 94
- Fiske, J.. *Introduction to Communication Studies*. Routledge. (1990).Hlm. 60-70.
- Keraf, A. S. *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. ( Yogyakarta: Kanisius, 1998).. hlm. 54
- Manovich, L. *The Language of New Media*. ( MIT Press, 2001). Halaman 200-220.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Halaman 45-50.
- Nenny Kurniati, Rojuaniah, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Integritas Perilaku Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan, *Sinomika Journal*, Volume 1 No. 5, 2023. Hlm 1157
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, ( Remaja Rosdakarya: 2003), hlm. 47
- Steven R. Axley, *Management and the Communication-Intensive Organization*, (Praeger : 1996 ), hlm. 432
- Watzlawick, Beavin, & Jackson, "Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes" ( Norton : 1967), hlm. 49
- Wenberg & Wilmot, *The Personal Communication Process*", ( New york: 1973), hlm. 5

# BAB II

## RUANG LINGKUP ORGANISASI

### A. Definisi Organisasi

Organisasi merupakan kesatuan sosial yang terdiri dari sekelompok individu yang berinteraksi berdasarkan pola tertentu. Dalam organisasi, setiap anggota memiliki fungsi dan tugas masing-masing. Sebagai satu kesatuan, organisasi memiliki tujuan yang jelas serta batasan yang tegas, sehingga dapat dibedakan dengan jelas dari lingkungannya.<sup>17</sup>

Organisasi merupakan sebuah sistem yang terdiri dari berbagai elemen dan subsistem, di mana manusia menjadi subsistem paling penting. Setiap subsistem ini saling berkaitan dan berinteraksi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Interaksi tersebut bertujuan agar tujuan organisasi dapat dicapai dengan lebih efektif. Walaupun organisasi dianggap sebagai sebuah sistem, tidak semua sistem dapat dikategorikan sebagai organisasi. Menurut Stephen P. Robbins, organisasi adalah kesatuan sosial yang diatur secara sadar dengan batas-batas yang jelas dan teridentifikasi, serta beroperasi secara

---

<sup>17</sup> Lubis, H., & Huseini, M. (1987). *Teori Organisasi: Suatu Pendekatan Makro*. Pusat Antar Ilmu-Ilmu Sosial UI: Jakarta.

berkesinambungan untuk mencapai tujuan bersama atau kelompok.<sup>18</sup>

Organisasi adalah bentuk pembagian tugas dan sistem komunikasi kerja antara dua orang atau lebih yang memiliki kedudukan atau posisi tertentu dan bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, organisasi mencakup pembagian kerja yang terstruktur, di mana terdapat posisi yang bertanggung jawab dalam mengatur pembagian tugas bagi setiap anggota. Selain itu, terdapat sistem komunikasi yang berfungsi untuk memastikan bahwa interaksi antar anggota berlangsung dengan baik, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif.<sup>19</sup>

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan kesatuan sosial yang terdiri dari sejumlah individu yang memiliki pola interaksi tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Organisasi adalah sistem terstruktur yang memiliki elemen dan subsistem yang berbeda, yang paling penting adalah subsistem manusia. Masing-masing tertata dengan fungsi dan tugas yang jelas, dan organisasi ditetapkan dengan batasan yang dikenali yang memastikan komunikasi dan interaksi yang efektif

---

<sup>18</sup> Ruhana, F. (2018). Teori Organisasi dan Implementasinya dalam Penataan Organisasi Pada Perangkat Daerah. In *Penulisan Literatur IPDN*.

<sup>19</sup> Rodin, R. (2021). Dasar-Dasar Organisasi Informasi: Teori dan Praktik Pengorganisasian Dokumen. In *Lembaga Chakra Brahmanda Lentera*.

di antara mereka agar tujuannya dapat tercapai sebesar mungkin dalam waktu yang efisien. Namun, organisasi adalah sistem, namun bukan sistem yang semuanya bisa disebut organisasi.

## **B. Elemen Organisasi**

### **1. Unsur-unsur Organisasi**

Dalam sebuah struktur organisasi terdapat empat unsur pokok:

#### a) Kompleksitas

Kompleksitas dalam organisasi mengacu pada tingkat diferensiasi yang ada; mengacu pada tiga jenis diferensiasi. Dari segi pertama, ada diferensiasi vertikal, mempertunjukkan organisasi berjenjang ke atas, atau kedalaman hirarki, yang dikenal sebagai perbedaan. Kedua, diferensiasi horizontal, atau mendatar, yang mencirikan unit-unit organisasi yang oleh menjalin hubungan melalui garis penghubung, dan berkaitan mendistribusikan pekerjaan. Ketiga, diferensiasi spasial pada saat menentukan seberapa jauh diperantarakan unit-unit organisasi atau anggota individu secara geografis luas. Setiap ketiga bentuk diferensiasi ini mungkin meningkatkan kompleksitas organisasi namun untuk menjalankan efektif, ia memerlukan unsur-unsur politik yang relevan. Koordinasi akan menjamin bahwa setiap bagian dari organisasi mendukung bukan bersaing satu sama lain. Komunikasi yang berjalan baik antara pimpinan dan layak dan antar lembaga dan jajarannya akan membantu mengistirahatkan kesalahan. Pengawasan oleh

pimpinan, apakah dia selangkah dengan hasil kerja proses pemahaman, efektivitas, dan efisiensi juga digunakan untuk tujuan kemperdataan dan pengawasan.

b) Formalisasi

Formalisasi termasuk peraturan yang dapat dibagi menjadi dua kategori, peraturan tertulis dan tidak tertulis. Peraturan tertulis adalah dokumen resmi yang dicetak dan biasanya dipajang di tempat kerja agar dilihat semua anggota. Peraturan tidak tertulis mencakup norma dan tudang adat yang berlaku dalam lingkungan yang sama. Tujuan patronisasi adalah memastikan ia mewajibkan semua anggota meamati peraturan tersebut supaya kinerja organisasi berjalan dengan baik.

c) Sentralisasi

Sentralisasi menunjukkan pusat pengambilan keputusan organisasi, di mana rata-rata utama berada di tangan pimpinan pusat. Desentralisasi terjadi ketika kebijakan dapat diserahkan kepada bagian-bagian yang lebih kecil dan tidak perlu menunggu keputusan dari pusat. Sentralisasi termasuk struktur organisasi formal di mana keputusan yang diambil pimpinan lama secara terper fuck women peredakan alternatif, atau raihan tau tahtahuen.

d) Ukuran Organisasi

Ukuran organisasi atau model hanya berkaitan dengan jumlah staf dan kali hanya manusia yang diperlukan untuk

# **BAB III**

## **PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI**

### **A. Pendekatan Manajemen Klasik**

Pendekatan Manajemen Klasik merupakan salah satu dasar dari perkembangan ilmu manajemen modern yang lahir pada awal abad ke-20. Pendekatan ini menitikberatkan pada aspek efisiensi, pembagian kerja yang jelas, dan pengendalian yang ketat dalam struktur organisasi. Dikenal sebagai salah satu pendekatan paling awal dalam teori manajemen, manajemen klasik mencakup dua aliran utama yaitu manajemen ilmiah dan teori organisasi administratif. Fokus utamanya adalah menciptakan produktivitas dan keteraturan melalui pembagian tugas, hierarki yang terstruktur, serta standar kerja yang terdefinisi. Meskipun pendekatan ini sering dikritik karena kurang memperhatikan aspek manusiawi dalam organisasi, manajemen klasik tetap menjadi fondasi penting dalam manajemen, terutama dalam organisasi yang memerlukan struktur formal dan jelas.

Praktik manajemen telah ada sejak ribuan tahun lalu, dimulai dari peradaban Sumeria dan Mesir sekitar 3000 tahun sebelum masehi. Namun, studi formal tentang manajemen relatif masih baru dan baru berkembang dengan munculnya perspektif

klasik. Perspektif ini mulai berkembang pada abad ke-19 hingga awal abad ke-20. Sistem pabrik yang mulai muncul pada tahun 1800-an memperkenalkan tantangan baru yang belum pernah dihadapi sebelumnya, seperti pengelolaan peralatan pabrik, struktur manajerial, pelatihan karyawan, penjadwalan manufaktur yang rumit, serta permasalahan ketidakpuasan buruh yang menyebabkan pemogokan.

Masalah-masalah ini, bersama dengan munculnya organisasi yang lebih besar dan kompleks, mendorong perlunya pendekatan baru dalam hal koordinasi dan pengendalian. Para pemimpin profesional mencoba berbagai solusi untuk menghadapi tantangan dalam mengorganisasikan, mengoordinasikan, mengendalikan banyak pekerja, serta meningkatkan produktivitas. Hal ini kemudian melahirkan berbagai perspektif manajemen, mulai dari perspektif klasik hingga perspektif modern.

Teori manajemen klasik berkembang sekitar tahun 1900 hingga 1930-an, dengan kontribusi utama dari FW Taylor. Fokus utama teori klasik adalah efisiensi dan produktivitas dalam organisasi. Beberapa karakteristik dominan teori klasik antara lain: pertama, penekanan pada insentif ekonomi untuk pekerja individu, di mana pemberian insentif finansial dianggap dapat memotivasi pekerja untuk bekerja lebih keras dan memaksimalkan potensinya. Kedua, pandangan negatif terhadap sifat-sifat manusia dalam hal penghargaan terhadap kinerja dan tanggung jawab

dalam organisasi. Ketiga, meskipun diakui bahwa manusia memiliki emosi, perasaan tersebut harus dikendalikan secara logis dan rasional dalam struktur pekerjaan.<sup>27</sup>

## 1. Pendahulu/Pionir Teori Manajemen Klasik

### a. Robert Owen (1771–1858)

Robert Owen, seorang manajer dan pemilik beberapa pabrik kapas di Inggris, mencatat bahwa kondisi kerja di pabrik saat itu sangat buruk. Owen menyimpulkan bahwa manajer harus menjadi pembaru. Dia melihat pekerja sebagai aset penting perusahaan, bukan hanya sekadar input, tetapi sumber daya signifikan. Owen memperbaiki kondisi kerja dengan menyediakan perumahan yang lebih layak bagi pekerja, mengurangi jam kerja dari 15 jam menjadi 10,5 jam sehari, serta melarang pekerja di bawah umur 10 tahun. Dia berpendapat bahwa investasi dalam sumber daya manusia dapat meningkatkan produksi dan keuntungan perusahaan. Owen juga memperkenalkan sistem penilaian terbuka harian untuk mengidentifikasi masalah dengan cepat dan mendorong semangat pekerja melalui penghargaan atas prestasi mereka. Sistem feedback ini menjadi populer di masa berikutnya.

---

<sup>27</sup> Nurmalina, R. (2017). Berpikir Sistem (SYSTEM THINKING) dalam Pendekatan Sistem (SYSTEM APPROACH). *Agribusiness Series, Fakultas Ekonomi & Manajemen IPB, Menuju Agribisnis Indonesia yang Berdaya Saing.*



# **BAB IV**

## **PENDEKATAN KLASIK, HUMAN RELATIONS & SUMBER DAYA MANUSIA**

### **A. Teori Pendekatan Klasik**

#### **1. Pengertian dan konsep dasar pendekatan klasik dalam manajemen**

Manajemen klasik adalah gaya manajemen yang berfokus pada struktur organisasi hierarkis, peran pekerjaan yang terspesialisasi, dan autokrasi untuk mengoptimalkan efisiensi di tempat kerja. Teori ini menyatakan bahwa karyawan hanya memiliki kebutuhan fisik dan ekonomi, sehingga insentif positif dan negatif sangat penting untuk memotivasi mereka agar bekerja.

Tujuan utama manajemen klasik adalah menciptakan sistem produksi yang efisien yang meningkatkan produktivitas dan memaksimalkan. Meskipun efisiensi, produktivitas, dan laba menjadi pusat perhatian semua bisnis, teori manajemen ini sebagian besar sudah ketinggalan zaman karena mengabaikan pertimbangan manajemen modern, seperti kepuasan kerja dan kebutuhan sosial.

Manajemen klasik merupakan salah satu teori manajemen paling awal yang dikemukakan selama Revolusi Industri. Pada saat itu, terjadi perubahan signifikan pada cara orang bekerja, karena pesatnya perkembangan pabrik-pabrik besar. Orang-orang berpindah dari pertanian ke pabrik dan dari toko-toko kecil ke perusahaan-perusahaan besar.<sup>34</sup>

## **2. Tokoh-tokoh penting (Frederick Taylor, Henri Fayol, Max Weber)**

Weber, Taylor, dan Fayol mendefinisikan tiga pendekatan untuk mengelola urusan organisasi guna mencapai efisiensi dan produktivitas organisasi. Mari kita uraikan:

### a) Teori birokrasi manajemen

Tokoh sosialis Jerman Max Weber adalah seorang pemikir berwawasan luas dan pendiri teori manajemen birokrasi. Ia percaya bahwa organisasi harus menyerupai pemerintah dan sistem hukum, mengikuti pendekatan rasional-hukum, bukan bisnis keluarga yang lebih tradisional yang sering kali tidak terorganisir dan penuh dengan favoritisme.

Weber percaya bahwa aturan dan struktur yang jelas harus mengatur kinerja perusahaan besar. Ia menyarankan jabatan dan deskripsi pekerjaan harus menentukan ruang lingkup

---

<sup>34</sup>Ananda, Ida Anggraeni. Implikasi Pendekatan Klasik dalam Komunikasi Organisasi. Jakarta: Pusat Pengembangan Bahan Ajar – Universitas Mercu Buana (UMB).

peran dan tingkat wewenang, dan pedoman yang terstandarisasi harus menentukan perekrutan dan pemecatan. Singkatnya, ia ingin mempekerjakan orang-orang terbaik untuk bekerja di organisasi dan mengaturnya secara logis dan masuk akal.<sup>35</sup>

b) Teori Manajemen Administrasi

Henri Fayol mengambil pendekatan tingkat menengah dan berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia. Ia mengemukakan teori yang dikenal sebagai manajemen administratif. Teori ini juga dikenal sebagai ilmu administrasi atau manajemen klasik.<sup>36</sup>

Ia percaya bahwa orang perlu dilatih dengan pendekatan yang jauh lebih sistematis, khususnya manajer. Ia menulis sebuah buku pada tahun 1940-an berjudul *General and Industrial Management* yang membahas aktivitas manajemen yang seharusnya menjadi kompetensi manajer. Ia mengkategorikannya dalam lima cara:

1. Perencanaan: Melihat ke depan dan memetakan arah
2. Organisasi: Memilih dan mengatur orang
3. Perintah: Mengawasi, memimpin, dan mengarahkan

---

<sup>35</sup> Weber, Max, 1946, *From Max Weber: Essays in Sociology*, yang diterbitkan oleh Oxford University Press. Dalam edisi Indonesia, buku ini diterbitkan oleh Penerbit Pustaka Pelajar Jogjakarta, 2006, dengan judul *Sosiologi*.

<sup>36</sup> Fayol, Henry, *Industri dan Manajemen Umum*, Terj. Winardi, London: Sir Issac and Son, 1985.

# **BAB V**

## **PENDEKATAN SISTEM DAN PENDEKATAN KULTURAL DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI**

### **A. Pendekatan Sistem**

Pendekatan sistem dalam komunikasi organisasi memandang organisasi sebagai kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian atau elemen-elemen yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam pandangan ini, komunikasi dianggap sebagai sarana vital yang menghubungkan berbagai komponen dalam organisasi, seperti individu, tim, dan departemen, serta sebagai media untuk mengadaptasi organisasi terhadap perubahan eksternal. Sistem ini menekankan pentingnya koordinasi, pertukaran informasi, dan adaptasi sebagai dasar dalam mencapai efektivitas organisasi. Oleh karena itu, pendekatan sistem dalam komunikasi organisasi berfokus pada dua model utama, yaitu sistem terbuka dan sistem tertutup, yang

menggambarkan cara suatu organisasi berinteraksi dengan lingkungannya.<sup>50</sup>

Dalam sistem terbuka, organisasi dipandang sebagai entitas yang berinteraksi secara aktif dengan lingkungan eksternalnya. Sistem ini memungkinkan pertukaran informasi yang intensif dengan dunia luar, memungkinkan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan eksternal, seperti perubahan ekonomi, sosial, dan teknologi. Komunikasi dalam sistem terbuka bersifat fleksibel dan responsif, sehingga organisasi mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren atau tantangan baru. Misalnya, sebuah organisasi yang menjalankan sistem terbuka dapat dengan mudah menerima masukan dari pelanggan, melakukan riset pasar, dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah. Ciri khas sistem terbuka lainnya adalah adanya umpan balik (feedback) dari lingkungan eksternal yang memungkinkan organisasi melakukan evaluasi secara terus-menerus terhadap efektivitas operasionalnya. Dengan demikian, dalam sistem terbuka, organisasi mampu merespons perubahan dan mengurangi risiko stagnasi, sekaligus mempertahankan relevansinya di tengah kompetisi yang dinamis.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Amir, M. T., *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 45

<sup>51</sup> Charon, J. M., *Symbolic Interactionism: An Introduction, an Interpretation, an Integration* (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1979), hlm. 102.

Sebaliknya, sistem tertutup cenderung lebih berfokus pada struktur internal dan meminimalisir interaksi dengan lingkungan eksternal. Dalam sistem ini, organisasi berusaha untuk mempertahankan keseimbangan internal tanpa banyak terpengaruh oleh faktor-faktor di luar organisasi. Komunikasi dalam sistem tertutup lebih terbatas dan seringkali bersifat vertikal, dengan aliran informasi yang terkendali dan hierarkis. Dalam organisasi yang menerapkan sistem tertutup, komunikasi diarahkan untuk menjaga stabilitas dan kepastian, sehingga informasi dari luar organisasi mungkin tidak banyak mempengaruhi proses internalnya. Model ini cocok untuk organisasi yang lebih konservatif atau yang berada di lingkungan yang stabil, di mana perubahan eksternal dianggap sebagai risiko yang dapat mengganggu keseimbangan operasional. Walaupun sistem tertutup memiliki keuntungan dalam hal stabilitas, kelemahannya adalah kurangnya fleksibilitas, sehingga organisasi ini seringkali lambat dalam merespons perubahan lingkungan yang signifikan.

## **B. Symbolic Interactionism dalam Komunikasi Organisasi**

Symbolic Interactionism adalah pendekatan yang melihat komunikasi dalam organisasi sebagai proses interaksi antarindividu yang dilakukan melalui simbol-simbol atau lambang-lambang yang bermakna. Pendekatan ini berakar dari sosiologi dan menekankan bagaimana individu dalam organisasi

# BAB VI

## KONSEP MOTIVASI DAN HARAPAN HIDUP

### A. Konsep Motivasi

Motivasi adalah proses psikologis yang memengaruhi energi, arah, dan persistensi perilaku seseorang. Motivasi muncul dari dorongan-dorongan untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan. Dalam psikologi, motivasi memiliki beberapa jenis dan teori yang menjelaskan mengapa dan bagaimana seseorang terdorong untuk bertindak.<sup>59</sup>

#### 1. Jenis Motivasi

- a. Motivasi Intrinsik: Ini adalah dorongan yang berasal dari dalam diri individu. Misalnya, seseorang belajar karena menyukai topik tersebut atau merasa senang saat mempelajari hal baru.
- b. Motivasi Ekstrinsik: Ini adalah motivasi yang dipicu oleh faktor eksternal, seperti penghargaan atau pengakuan

---

<sup>59</sup> Uno, H. B. (2011). Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.

dari orang lain. Contohnya adalah bekerja untuk mendapatkan gaji atau belajar untuk mendapatkan nilai bagus.<sup>60</sup>

## 2. Teori-Teori Motivasi

### a. Hierarki Kebutuhan Maslow

Maslow memperkenalkan hierarki kebutuhan yang terdiri dari lima tingkat: kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan aktualisasi diri. Setiap tingkatan harus dipenuhi secara berurutan sebelum seseorang dapat merasa termotivasi untuk mencapai tingkat berikutnya. Menurut Maslow, aktualisasi diri – puncak hierarki – adalah kebutuhan tertinggi yang hanya dapat diraih ketika semua kebutuhan di bawahnya telah terpenuhi.<sup>61</sup> Contoh: Seorang individu mungkin tidak termotivasi untuk mengejar impian karier jika kebutuhan dasar seperti makan dan tempat tinggal belum terpenuhi.

### b. Teori Dua Faktor Herzberg

Herzberg membedakan antara faktor motivator dan faktor hygiene. Faktor motivator seperti pengakuan dan

---

<sup>60</sup> Wicaksono, T., & Fikri, H. (2018). Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Hidup Mahasiswa. *Jurnal Psikologi UGM*.

<sup>61</sup> Maslow, Abraham H. (1943). "A Theory of Human Motivation." *Psychological Review*, 50(4), 370-396



pencapaian memengaruhi kepuasan dan motivasi kerja, sedangkan faktor hygiene seperti gaji dan kondisi kerja memengaruhi ketidakpuasan. Menurut Herzberg, jika faktor hygiene terpenuhi, orang cenderung tidak merasa tidak puas, tetapi hanya faktor motivator yang bisa mendorong kepuasan kerja sejati.<sup>62</sup>

Contoh: Seseorang bisa saja berhenti bekerja meski gajinya tinggi jika ia merasa tidak dihargai atau tidak memiliki peluang untuk berkembang.

c. Teori Self-Determination (Deci dan Ryan)

Deci dan Ryan menyoroti tiga kebutuhan psikologis dasar yang mendorong motivasi intrinsik:

- 1) Otonomi: Perasaan memiliki kendali atas keputusan yang diambil.
- 2) Kompetensi: Keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan tugas dengan baik.
- 3) Hubungan Sosial: Perasaan terhubung dengan orang lain dan memiliki dukungan.

Ketika kebutuhan ini terpenuhi, motivasi intrinsik seseorang meningkat, yang berdampak pada kebahagiaan dan performa.

---

<sup>62</sup> Herzberg, Frederick, Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.

# BAB VII

## LINGKUNGAN ORGANISASI

### A. Definisi Lingkungan Organisasi dan *Social Space*

Lingkungan adalah lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan yang berada di luar organisasi dan secara potensial mempengaruhi kinerja organisasi. Lingkungan organisasi merupakan kekuatan yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung kinerja organisasi.<sup>69</sup> Lingkungan organisasi adalah segala sesuatu yang berada di lingkungan yang dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung seseorang atau sekelompok orang di dalam melaksanakan aktivitasnya.<sup>70</sup>

Manajemen yang baik memikirkan lingkungan organisasi yang baik dan menyenangkan karena sangat dibutuhkan oleh tenaga kerjanya. Alasan mengapa kita menganalisis lingkungan yaitu untuk mengetahui dan meramalkan apa yang terjadi besok. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan lingkungan organisasi merupakan semua hal yang dapat mempengaruhi individu ataupun kelompok dalam suatu organisasi.<sup>71</sup>

*Social space* atau biasa dikenal dengan ruang publik yang dapat menampung aktivitas masyarakat, baik secara perorangan maupun secara perkumpulan, dimana bentuk dari *social space* (ruang publik) ini terbentuk karena adanya pola dan susunan

---

<sup>69</sup> Hensi Margareta. 2012. *Lingkungan Manajemen, Budaya Perusahaan, Etika Manajerial, dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan*.

<sup>70</sup> Susilowati dan Basuki. 2005. Dampak Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja. *Jurnal JRBI*, Vol. 1, No. 1, Januari [http://eprints.umk.ac.id/1957/7/DAFTAR\\_PUSTAKA.pdf](http://eprints.umk.ac.id/1957/7/DAFTAR_PUSTAKA.pdf) Di akses tanggal 14 November 2024

<sup>71</sup> Nitisemito. 2007. *Seri Manajemen Perusahaan*. Edisi Kesatu. Erlangga, Jakarta

massa bangunan yang nantinya terbangun.<sup>72</sup> Tipologi *Social Space* (ruang public) ditekankan pada karakteristik kegiatannya, baik lokasi dan proses pembentukannya. Hal ini mencakup seperti pedestrian, jalur hijau, perbelanjaan dalam ruang, ruang lingkup hunian, plaza pasar dll. *Social space* adalah ruang fisik maupun virtual seperti pusat sosial, media sosial online, atau tempat berkumpul lainnya di mana orang-orang dapat berkumpul dan berinteraksi baik secara umum maupun secara keluarga inti.<sup>73</sup> Saat ini setiap organisasi menghadapi tantangan yang semakin besar dalam membangun kapasitasnya. Organisasi mau tidak mau harus berhadapan dengan lingkungan yang selalu berubah. Dalam hal ini setiap organisasi dituntut untuk dapat tetap bertahan (*survival*) dalam menghadapi perubahan lingkungan. *Population Ecology* sebagai salah satu teori interorganisasi menyatakan bahwa organisasi *survive* tidak hanya tergantung pada salah satu faktor saja, tetapi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu: *life cycle*, *luck*, *efficiency* model, strategi dan struktur. Proses perubahan organisasi dijelaskan secara berbeda dari penjelasan tradisional yaitu melalui *natural selection*.

Menurut teori ini suatu organisasi tergantung pada lingkungannya. *Resources Dependence Theory* menyatakan bahwa keberhasilan organisasi secara jelas dapat dijelaskan pada teori ini yaitu dengan meminimumkan ketergantungan *resources* pada organisasi lain dan memaksimumkan ketergantungan *resources* organisasi lain pada organisasi kita. Menurut teori ini tujuan organisasi hanya tergantung pada satu faktor yaitu meminimumkan ketergantungan *resources*. Analisis dalam teori ini lebih sempit dibandingkan *Population Ecology* karena hanya mendasarkan pada satu faktor saja yaitu *resources*.

---

<sup>72</sup> Rustam Hakim dan Hardi Utomo. 2003. *Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap*

<sup>73</sup> H.A Tumpa. 2015. Penerapan Konsep. *Hasanuddin Law Review*, Vol. 1, No.2, <http://pasca.unhas.ac.id/ojs/index.php/halrev/article/view/90/63> Di akses pada 23 November 2024

Organisasi saling ketergantungan dengan elemen lingkungan tugas dan komponen organisasi juga saling ketergantungan dengan yang lain. Piramida yang dipimpin oleh individu dengan kekuasaan tunggal telah menjadi simbol dari organisasi kompleks. Kontrol dicapai melalui manipulasi pada dasar pikiran keputusan pada tiap level hirarki yang digunakan oleh level yang lebih rendah.<sup>74</sup>

Isu keputusan selalu melibatkan dua dimensi: (1). *beliefs about cause/effect relations*. (2). *Preferences regarding possible outcomes*. Terdapat empat tipe isu keputusan yaitu: - *computational strategy for decision making* - *judgmental strategy for decision making* - *compromise strategy for decision making* - *inspirational strategy for decision making*. Dimana teknologi tidak lengkap atau lingkungan tugas heterogen, *judgmental decision strategy* diperlukan dan kontrol diberikan dalam koalisi dominan. Semakin banyak area yang memerlukan pertimbangan, semakin besar koalisi dominan, dan sebagai area dalam organisasi bergeser dari strategi keputusan *characteristically computational* ke *characteristically judgemental*, koalisi dominan akan memperluas untuk memasukkan wakil mereka.

Potensial konflik dalam koalisi dominan meningkat dengan saling ketergantungan anggota dan area, dan sebagai kekuatan eksternal memerlukan kompromi internal pada pilihan hasil. Potensial konflik juga meningkat dengan variasi profesi yang tergabung dalam organisasi. Ketika kekuatan menghasilkan suatu distribusi power yang luas dan oleh karena itu dalam koalisi dominan yang luas, bisnis koalisi diselenggarakan oleh siklus bagian dalam. Tanpa adanya siklus bagian dalam yang efektif, organisasi dihentikan. Ketika power secara luas dibubarkan, isu kompromi dapat disahkan tetapi tidak dapat diputuskan oleh koalisi dominan secara keseluruhan. Dalam organisasi dengan power yang dibubarkan, kekuatan power digambarkan pada individu yang mengatur koalisi.

---

<sup>74</sup> James D Thompson. 1967. *Organizations in Action*, New York: Mc Graw-Hill, Inc.

# BAB VIII

## STRUKTUR ORGANISASI DAN PUBLIC RELATIONS

### A. Definisi Struktur Organisasi

Pengertian Struktur Organisasi adalah cara pengaturan pekerjaan dalam sebuah organisasi, yang mencakup pembagian tugas, koordinasi, serta pengaturan hubungan antara berbagai bagian dalam organisasi tersebut.<sup>76</sup> Pengertian struktur organisasi adalah cara organisasi membagi, mengatur, dan mengkoordinasikan berbagai tugas, aktivitas, serta hubungan antar individu dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama.<sup>77</sup> Pengertian Struktur Organisasi mencakup pola formal pembagian tugas dan otoritas yang ada dalam suatu organisasi yang memungkinkan aliran informasi, kekuasaan, dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Mintzberg, Henry. *The Structuring of Organizations*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1979, hlm. 2-3.

<sup>77</sup> Robbins, Stephen P. *Organizational Behavior*. 9th ed. Prentice Hall, Upper Saddle River, 2001, hlm. 24.

<sup>78</sup> Gibson, James L. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. 10th ed. McGraw-Hill, Boston, 2000, hlm. 45.

Pengertian Struktur Organisasi adalah suatu pola hubungan yang terorganisir antara individu dalam organisasi yang dibentuk untuk menciptakan kerja sama yang efisien dalam pencapaian tujuan.<sup>79</sup> Pengertian struktur organisasi adalah kerangka yang mengatur hubungan antar bagian dalam organisasi yang menyusun sistem yang lebih besar untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara yang lebih efisien dan efektif.<sup>80</sup>

Kata organisasi berasal dari bahasa Yunani *organon* yang berarti alat atau instrumen. Arti kata ini menyiratkan bahwa organisasi adalah alat bantu manusia. Ketika seorang mendirikan sebuah organisasi, tujuan akhirnya bukan organisasi itu sendiri melainkan agar ia dan semua orang yang terlibat didalamnya dapat mencapai tujuan lebih mudah dan lebih efektif. Itulah sebabnya organisasi sering didefinisikan sebagai sekelompok manusia yang bekerja bersama-sama dalam rangka mencapai tujuan bersama. Organisasi adalah unit sosial yang sengaja didirikan untuk jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama dan terkoordinasi, mempunyai pola kerja tertentu yang terstruktur dan

---

<sup>79</sup> Barnard, Chester I. *The Functions of the Executive*. Harvard University Press, Cambridge, 1938, hlm. 85.

<sup>80</sup> Terry, George R. *Principles of Management*. 12th ed. Richard D. Irwin, Homewood, 2003, hlm. 56.

didirikan untuk mencapai tujuan bersama atau satu set tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>81</sup>

Organisasi adalah kerja sama dua orang atau lebih, suatu sistem dari aktivitas-aktivitas atau kekuatan-kekuatan perorangan yang dikoordinasikan secara sadar.<sup>82</sup> organisasi merupakan satuan kegiatan rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirarki otoritas dan tanggung jawab<sup>83</sup> Organisasi berasal dari perkataan "organisme" yaitu suatu struktur dengan bagian-bagian yang demikian diintegrasikan hingga hubungan mereka satu sama lain dipengaruhi oleh hubungan mereka dengan keseluruhan. Jadi sebuah organisasi terdiri dua bagian pokok yaitu : (1) Bagian-bagian, (2) Hubungan-hubungan.<sup>84</sup> Organisasi adalah tata hubungan antara orang-orang untuk dapat memungkinkan tercapainya tujuan bersama dengan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab.<sup>85</sup>

---

<sup>81</sup> Sobirin "Manajemen: Perspektif dan Organisasi" Yogyakarta Penerbit UPP STIM YKPN 2007 hlm 63

<sup>82</sup> Tika "Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan" Jakarta PT Bumi Aksara 2006 hlm 25

<sup>83</sup> Muhammad " *Manajemen Organisasi* " Yogyakarta Penerbit UPP AMP YKPN 2007 hlm 23

<sup>84</sup> George R. Terry " *Principles of Management* " Homewood, Illinois, USA. : Richard D. Irwin, Inc., 1968

<sup>85</sup> John M. Gaus " *Reflections on Public Administration* " Tuscaloosa, Alabama, USA.:University of Alabama Press 1947

# **BAB IX**

## **SISTEM DAN FUNGSI, POLA-POLA KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI**

### **A. Komunikasi dan Organisasi**

Istilah “komunikasi” ini berasal dari Bahasa latin, yaitu kata “*communis*” yang berarti “sama” (*Common*). Jika kita akan mengkomunikasikan suatu idea atau gagasan, maka kita harus menetapkan terlebih dahulu suatu dasar titik-temu yang sama untuk mencapai suatu pemahaman atau pengertian. Komunikasi juga sebagai suatu tindakan mendorong pihak lain untuk menginterpretasikan suatu idea dalam suatu cara yang diinginkan oleh pembicara atau penulis. Komunikasi organisasi pada umumnya membahas tentang struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi.

Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pemimpin organisasi dan para komunikator



dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka. Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan dan fungsi.

1. Menurut effendy tujuan dari komunikasi adalah:<sup>113</sup>
  - a) Perubahan sikap
  - b) Mengubah opini, pendapat, pandangan
  - c) Mengubah perilaku
  - d) Mengubah Masyarakat
2. Sedangkan fungsi komunikasi sebagai berikut:
  - a) Menginformasi
  - b) Mendidik
  - c) Menghibur
  - d) Mempengaruhi

Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, para pegawai tidak dapat mengetahui apa yang rekan sekerjanya, pimpinan tidak dapat menerima masukan informasi, para penyelia tidak dapat memberikan indtruksi, koordinasi kerja mungkin dilakukan dan organisasi akan runtuh karena ketiadaan komunikasi. Oleh karena

---

<sup>113</sup> Riska Dwi Novianti, Mariam Sondakh, dan Meiske Rembang, "Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Hlmmahera Tengah," *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 6, no. 2 (20 Juni 2017), <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/16203>.

itu, komunikasi dalam organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi.

## **B. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Ada dua fungsi komunikasi organisasi, yakni fungsi umum dan fungsi khusus:

### 1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi Organisasi berfungsi untuk menceritakan informasi terkini mengenai sebagai atau keseluruhan hal yang berkaitannya dengan pekerjaan. terkadang komunikasi merupakan proses pemberian informasi mengenai bagaimana seorang atau sekelompok orang harus mengerjakan satu tugas tertentu.<sup>114</sup> Contohnya: job description.
- b. Komunikasi Organisasi berfungsi untuk “menjual” gagasan dan ide, pendapat, fakta, termasuk menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subyek layanan. Contohnya: public relations (humas), pameran, ekspo, dan lain-lain.
- c. Komunikasi Organisasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mereka bisa belajar dari

---

<sup>114</sup> risky Anis Safitri, Baby Taszya Risaldi, Dan Malinda Oktaviani, "Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian," *Jurnal Riset Komunikasi* 2, no. 2 (29 Juli 2019): 157–70, <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.63>.

# **BAB X**

## **BUDAYA DAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM TEKNOLOGI INFORMASI**

### **A. Pembentukan Budaya Organisasi**

Organisasi menurut KBBI adalah kelompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan untuk mencapai tujuan bersama. Budaya menurut KBBI adalah sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang dan sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah. Budaya organisasi dapat diartikan sebagai perangkat sistem nilai-nilai (values), keyakinan-keyakinan (assumption) atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasinya. Budaya organisasi adalah suatu sistem nilai, kepercayaan dan kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling berinteraksi dengan struktur sistem formalnya untuk

menghasilkan norma-norma perilaku organisasi.<sup>124</sup> Budaya organisasi biasanya digambarkan dalam arti yang sama, pola-pola dari kepercayaan, simbol-simbol, ritual-ritual dan mitos-mitos yang berkembang dari waktu ke waktu berfungsi sebagai perekat yang menyatakan organisasi. Setiap organisasi yang beraneka ragam bentuknya pasti memiliki budaya berbeda-beda. Perbedaan budaya organisasi ini hal yang sangat wajar, karena lingkungannya yang berbeda-beda.<sup>125</sup>

Landasan budaya organisasi terletak pada elemen-elemen dasarnya: kepemimpinan, visi perusahaan, dan nilai-nilai. Kepemimpinan, khususnya, memainkan peran penting dalam membentuk budaya. Para pemimpin tidak hanya menciptakan dan mengelola budaya, tetapi juga mewujudkan nilai-nilai dan norma-norma organisasi. Visi yang ditetapkan oleh para pemimpin bertindak sebagai bintang penuntun, yang memberikan arah dan tujuan.<sup>126</sup> Visi ini, yang dipadukan dengan nilai-nilai inti, membentuk etos suatu organisasi, yang memengaruhi setiap aspek fungsinya. Gaya dan praktik kepemimpinan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi. Para penulis berpendapat

---

<sup>124</sup> Sharplin, A. (1995). *Strategic Management*. McGraw-Hill : New York.

<sup>125</sup> Kreitner, R. & A. Kinicki. (1995). *Organizational Behavior*. Third Edition. Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Illinois.

<sup>126</sup> Schein, EH (2010). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass : San Francisco.

bahwa pemimpin yang berkomunikasi secara efektif dan menunjukkan komitmen terhadap visi dan nilai-nilai mereka menumbuhkan budaya yang kuat dan positif. Lebih jauh, nilai-nilai yang dianut oleh para pemimpin, seperti integritas, inovasi, dan kerja sama tim, menjadi tertanam dalam struktur organisasi, membentuk sikap dan perilaku karyawan.<sup>127</sup>

Keputusan dan perilaku awal suatu organisasi menjadi preseden bagi norma budayanya. Pilihan awal ini, yang sering dibuat oleh tim pendiri, dapat memberikan dampak yang bertahan lama. Misalnya, keputusan untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan daripada keuntungan jangka pendek dapat menanamkan budaya yang berpusat pada pelanggan. Demikian pula, perilaku awal, seperti bagaimana kegagalan dan keberhasilan ditangani, memberi sinyal kepada karyawan tentang apa yang dihargai dalam organisasi.

Penelitian oleh Chatman dan Cha (2003) dalam *Academy of Management Journal* menunjukkan bahwa keputusan awal mengenai struktur organisasi, praktik perekrutan, dan sistem penghargaan secara signifikan memengaruhi pengembangan budaya organisasi. Studi tersebut menunjukkan bahwa pilihan

---

<sup>127</sup> Groysberg, B., Lee, J., Price, J., & Cheng, JY (2018). *Panduan Pemimpin untuk Budaya Perusahaan*. Harvard Business Review : Massachusetts.

# BAB XI

## KEPEMIMPINAN DALAM ORGANISASI

### A. Pengertian Kepemimpinan dalam Organisasi

Pengertian kepemimpinan menurut bahasa dapat dilihat dari beberapa aspek. Secara etimologis, kata "kepemimpinan" berasal dari kata "pimpin" yang berarti "menuntun" atau "memimpin." Dalam konteks ini, kepemimpinan dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengarahkan, memimpin, dan membimbing orang lain menuju suatu tujuan atau visi tertentu.<sup>140</sup>

Kepemimpinan dapat diartikan sebagai suatu proses yang kompleks dimana seorang pemimpin mempengaruhi bawahannya dalam melaksanakan dan mencapai visi, misi, dan tugas, atau tujuan yang dengan demikian membawa organisasi menjadi lebih maju dan bersatu. Seorang pemimpin melakukan proses ini dengan menerapkan kualitas kepemimpinannya, yaitu keyakinan, nilai, etika, karakter, pengetahuan, dan keterampilan yang dimilikinya.

---

<sup>140</sup> Robinson, S. P., & Judge, T. A. 2019. *Organizational Behavior (18th ed.)*. Pearson Education.

Ada beberapa pendapat para ahli tentang kepemimpinan yang akan dibahas anatar lain yaitu:

R Terry mengemukakan kepemimpinan adalah hubungan yang ada dalam diri seseorang atau pemimpin, mempengaruhi orang lain untuk bekerja secara sadar dalam hubungan tugas untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Anagora dalam Harbani, mengemukakan, bahwa kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain, melalui komunikasi baik langsung maupun tidak langsung dengan maksud untuk menggerakkan orang-orang agar dengan penuh. pengertian, kesadaran dan senang hati bersedia mengikuti kehendak pimpinan itu.

## **B. Teori Kisi Kepemimpinan**

Teori Kisi Kepemimpinan, yang dikembangkan oleh Robert R. Blake dan Jane S. Mouton pada tahun 1960-an, merupakan model yang mengidentifikasi berbagai gaya kepemimpinan berdasarkan dua dimensi utama: perhatian pada orang (*concern for people*) dan perhatian pada tugas (*concern for production*). Model ini menggambarkan gaya kepemimpinan dalam bentuk kisi dua dimensi, dengan sumbu horizontal menunjukkan perhatian pada tugas dan sumbu vertikal menunjukkan perhatian pada orang. Teori ini membantu pemimpin untuk memahami bagaimana gaya mereka dapat memengaruhi dinamika tim dan hasil organisasi.

Kisi Kepemimpinan membagi gaya kepemimpinan menjadi lima kategori utama:

- a. Gaya Otoriter, Pemimpin yang memiliki perhatian rendah terhadap orang dan tugas. Mereka cenderung menghindari tanggung jawab dan tidak terlibat dalam pengambilan keputusan.
- b. Gaya Produksi Tinggi, Pemimpin yang sangat fokus pada tugas dan hasil, tetapi kurang memperhatikan kebutuhan dan kesejahteraan anggota tim. Ini sering kali menciptakan lingkungan kerja yang tegang.
- c. Gaya Paternalistik, Pemimpin yang seimbang dalam perhatian terhadap orang dan tugas. Mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan anggota tim sambil tetap fokus pada pencapaian tujuan.
- d. Gaya Partisipatif, Pemimpin yang tinggi perhatian terhadap orang tetapi rendah perhatian terhadap tugas. Mereka lebih mengutamakan hubungan interpersonal dan kepuasan tim, tetapi sering kali mengabaikan hasil.
- e. Gaya Ideal, Gaya ini mencerminkan keseimbangan optimal antara perhatian pada tugas dan orang. Pemimpin yang menggunakan gaya ini berusaha untuk memotivasi anggota tim sambil mencapai hasil yang tinggi,



# BAB XII

## GAYA KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

### A. Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” (Bahasa Inggris “*communication*”) berasal dari bahasa latin “*communications*” yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama” Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Komunikasi dapat diartikan juga sebagai proses sharing diantar pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Menurut *Lexicographer* (ahli kamus bahasa), komunikasi adalah upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.

Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* dijelaskan bahwa komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi di antar individu melalui sistem lambing-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku” Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa?

Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*).

Analisis 5 unsur menurut Lasswell (1960):

1. *Who?* (siapa/sumber)

Sumber/komunikator adalah perilaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seseorang individu atau kelompok organisasi, maupun sebagai negara sebagai komunikator.

2. *Syas What?* (Pesan)

Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, syymbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.

3. *In Which Channel?* (saluran/media)

Wahana/alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komuni kan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll).

4. *To Whom?* (untuk siapa/penerima)

Orang/ kelompok/ organisasi suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (destination) pendengar

(listener) khalayak (audience)/ komunikasikan/ penafsiran/ penyandi balik (decoder).

#### 5. *With What Effect?* (dampak/ efek)

Dampak, efek yang terjadi pada komunikasikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll. Contoh: Komunikasi antara guru dan muridnya. Guru sebagai komunikasikan harus memiliki pesan yang jelas yang akan disampaikan kepada murid atau komunikasikan. Setelah itu guru juga harus menentukan saluran untuk berkomunikasi baik secara langsung atau (tatap muka) atau tidak langsung (media). Setelah itu guru juga harus menyesuaikan topic/ diri/ tema yang sesuai dengan umur si komunikasikan juga harus menentukan tujuan komunikasi/ maksud dari pesan agar terjadi dampak/ effect pada diri komunikasikan sesuai dengan yang diinginkan.

**Adapun Komunikasi menurut istilah** merujuk pada proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak (pengirim) ke pihak lain (penerima), baik melalui kata-kata, simbol, bahasa tubuh, atau media lainnya. Proses ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal, baik secara langsung maupun melalui media.

Beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

## RIWAYAT EDITOR



**Prof. Dr. Mesiono, S.Ag, M.Pd,** Merupakan Guru Besar Manajemen Organisasi lahir di Bah Butong Kecamatan Sidamanik Kabupaten Simalungun dekat Kota Pematang Siantar pada 27 Juli 1971. Beliau merupakan putra bungsu dari 5 bersaudara dari Pasangan bapak Alm Wagiman, dan Ibu Alm Ngatiyem. Ayahnya merupakan

seorang karyawan PTP 8 yang saat ini bernama PTPN IV Bah Butong. Beliau menempuh pendidikan dasar di : SD Negeri 091421 di Bah Butong dan lulus tahun 1985, kemudian tahun 1988 Mwesiono remaja menyelesaikan Pendidikannya dari Madrasah Tsanawiyah Dharma Pertiwi bah butong, hingga pada tahun 1991 beliau lulus dari Madrasah aliyah negeri pematang siantar.

Perjalanan Mesiono dalam mengenyam pendidikan tak berhenti sampai disitu. Pada 1995 beliau menyelesaikan studi strata 1 di fakultas tarbiyah pada jurusan pendidikan agama islam institut agama islam negeri sumatera utara. Selanjutnya beliau menempuh pendidikan strata 2 pada program studi administrasi pendidikan pascasarjana universitas negeri medan dan lulus tahun 2003. Hingga tahun 2014 ia menamatkan studi starata 3 Program Doktor Manajemen Pendidikan di Universitas Negeri Medan.

Pria kelahiran 1971 ini menikahi seorang guru yakni nyonya Suridah, S.Pd.I, M.Pd. dan menjadi romo bagi 2 orang putri dan seorang putra, diantaranya: Imas Wihdah Misshuari, S.Si, M.Mat., Dinda Hafsah Misshuari, S.IP. dan Ahmad Qordhawi Misshuari.

Beliau juga aktif berbagai kegiatan dan organisasi diantaranya:

1. Pernah mengikuti kegiatan TOT Assesor Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah
2. Mengikuti kegiatan TOT Kurikulum 2013 untuk Tim Instruktur Nasional di Jakarta pada tahun 2013.
3. Mengikuti kegiatan *Short Course Professional Development and Curriculum Development in Higher Education, di Manila, Pilipina*
4. Mengikuti kegiatan *TTI Strategic Business Planning Workshop oleh USAID Prioritas*

Selanjutnya Prof Dr Mesiono S.Ag, M.Pd Juga Aktif Menjadi:

1. Ketua Bidang Penjaminan Mutu dan Pengembangan Madrasah pada oranisasi Lembaga Konsultan Pengembangan Madrasah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara Medan (LKP2M) Tahun 2019 - 2023.
2. Ketua Umum DPW Perkumpulan Manajer Pendidikan Islam Indonesia (PERMAPENDIS) Provinsi Sumatera Utara Periode 2019-2023.
3. Wakil Ketua Lembaga Takmir Masjid NU Kabupaten Deli Serdang periode 2021 sd 2025.

4. Dewan Pakar DPP Al Ittihadiyah Jakarta periode 2021-2026,
5. Pengurus FKUB Provinsi Sumatera Utara Periode 2022 sd 2027.

Dalam perjalanan kariernya romo 3 oeang anak ini pernah menjabat, sebagai Konsultan Pendidikan di Dinas Pendidikan Kota Medan pada tahun 2004, Konsultan Akademis di PT Sinergis Mitramandiri Usaha (Mitra Plus Consultant) tahun 2005, Konsultan Pendidikan di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Tanjungbalai. Tahun 2005-2007,Hingga menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai Dosen di Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara, Tahun 2007.

Pria kelahiran bah butong kabupaten simalungun ini Pernah menjabat sebagai Kepala Laboratorium Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah IAIN SU Medan dari tahun 2009 s.d 2011, dan 2011 s.d 2012 sebagai Sekretaris Jurusan (Sekjur) pada Prodi yang samaMesiono, pernah menjabat sebagai Ketua Pengelola Sertifikasi Jalur Pendidikan Profesi Guru (PPG) pada tahun 2012 sampai tahun 2019 Hingga ia pernah menjabat Sebagai Ketua Jurusan Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) serta Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Alumni di FITK UIN Sumatera Utara Medan periode 2016-2020.

Melalui pengalamannya mesiono juga ditunjuk menjadi, Kepala Pusat Audit dan Pengembangan Mutu LPM UIN Sumatera Utara Medan periode tahun 2020 - 2022 dan sekarang mengamban amanah sebagai Dekan Fakultas

Kesehatan Masyarakat UIN Sumatera Utara Medan periode 2023-2027 mendatang.

Berawal dari Semangat, dan perjuangan yang panjang serta ketekunannya menjadi seorang akademisi dengan riset-riset yang terpublikasi di jurnal nasional dan internasional serta berbagai karya tulis buku yang menjadi bahan ajar dan bahan kajian keilmuan serta kiprahnya dalam implementasi tri dharma perguruan tinggi, pada 2023 putranya menjadi seorang karyawan perkebunan ini berhasil meraih gelar paripurna seorang akademisi yakni menjadi guru besar atau profesor di bidang ilmu manajemen organisasi.

## RIWAYAT EDITOR



**Dr. Toni Nasution, M.Pd**, Dosen Tetap Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sumatera Utara Medan, Lahir 12 Maret 1991 di Palopat Maria, Kecamatan Padangsidimpuan Hutaimbaru Kota Padangsidimpuan. Sekolah Dasar diselesaikan tahun 2004, Madrasah Tsanawiyah Tahun 2007, Madrasah Aliyah Tahun 2010 di Padangsidimpuan-Tapanuli Selatan, kemudian

menyelesaikan kuliah pada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sumatera Utara Medan strata satu (S.1) tahun 2015, menyelesaikan pendidikan strata dua (S.2) meraih gelar Magister Pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang tahun 2017. Kemudian Menyelesaikan Program Doktor pada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sumatera Utara Medan.

Editor juga aktif dalam organisasi profesi seperti Perkumpulan Manajer Pendidikan Islam (**Perma Pendis**) Indonesia, Aktif sebagai anggota Perkumpulan Prodi Manajemen Pendidikan Islam (PPMPI). Ketua Umum Jaringan Penggerak Demokrasi Sumatera Utara (JPMD), Ketua Umum Ikatan Alumni PGMI FITK UIN SU Medan, Dewan Penasehat Organisasi Daerah Persatuan Mahasiswa Padangsidempuan (PEMAPASID), Ketua Wilayah Sumut Asosiasi Dosen Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (ADPK), Sekretaris DPC IKANAS Deli Serdang, serta sebagai Sekretaris LAKPESDAM PWNu Sumut. Editor Memiliki pengalaman bekerja Sebagai Kepala Sekolah SMP IT Al-Afkari Tahun 2017-2020, Staff Ahli DPR RI Tahun 2018 dan Sekarang menjadi Sekretaris Program Magister Manajemen Pendidikan Islam di FITK UIN Sumatera Utara Medan.