

**BAHAN AJAR**



**PENGERTIAN KOMUNIKASI, PENGARUH KOMUNIKASI  
TERHADAP PERILAKU ORGANISASI, BAGAIMANA KOMUNIKASI  
TERJADI, DAN PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI**

Dosen Pengampu:  
Dr. Dra. Erni Murniarti, M.Pd.

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
2019**

## MODUL 1

### PENGERTIAN KOMUNIKASI, PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP PERILAKU ORGANISASI, BAGAIMANA KOMUNIKASI TERJADI, DAN PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI

#### A. Pendahuluan

Pada modul ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk menjelaskan pengertian komunikasi. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan mampu menjelaskan pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi, bagaimana komunikasi terjadi, dan pendekatan komunikasi organisasi

##### 1. Deskripsi Singkat

Modul 1 ini membahas tentang pengertian komunikasi, pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi, bagaimana komunikasi terjadi, dan pendekatan komunikasi organisasi

##### 2. Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Modul 1

Setelah mempelajari modul 1, mahasiswa diharapkan dapat memahami :

1. Mengetahui pengertian komunikasi
2. Dapat mengerti komunikasi terhadap perilaku organisasi
3. Mengetahui bagaimana komunikasi terjadi
4. Dapat mengerti pendekatan komunikasi organisasi

3. Kemampuan Akhir (KA)

1. Mahasiswa dapat mengetahui pengertian komunikasi
2. Mahasiswa dapat mengerti mengenai komunikasi terhadap perilaku organisasi
3. Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana komunikasi terjadi.
4. Mahasiswa dapat mengerti mengenai pendekatan komunikasi organisasi

4. Prasyarat Kompetensi: tidak ada

5. Kegunaan Modul Satu

Modul ini berguna untuk menolong mahasiswa memahami pengertian komunikasi, pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi, bagaimana komunikasi terjadi, dan pendekatan komunikasi organisasi

6. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok

Materi pokok dalam modul ini adalah pengertian komunikasi, pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi, bagaimana komunikasi terjadi, dan pendekatan komunikasi organisasi

## B. Kegiatan Pembelajaran

### 1. Kegiatan Pembelajaran I

2. Judul Kegiatan Pembelajaran: pengertian komunikasi, pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi, bagaimana komunikasi terjadi, dan pendekatan komunikasi organisasi

### 3. Kemampuan Akhir (KA) dan Sub Kemampuan Akhir

Kemampuan Akhir yang diharapkan mahasiswa dapat mengetahui pengertian komunikasi, mahasiswa dapat mengerti mengenai komunikasi terhadap perilaku organisasi, mahasiswa dapat mengetahui bagaimana komunikasi terjadi, mahasiswa dapat mengerti mengenai pendekatan komunikasi organisasi

### 4. Uraian

#### A. Komunikasi Berdasarkan Tiga Perspektif

Setiap orang yang hidup bermasyarakat sejak bangun tidur hingga kembali tidur, secara kodrati senantiasa terlibat dalam proses komunikasi yang unik dengan berbagai bentuk. Terjadinya komunikasi ini merupakan konsekuensi dari hubungan sosial (social relations) antarmanusia. Atas dasar ini, para pakar komunikasi berpendapat bahwa terbentuknya pranata masyarakat disebabkan kehadiran dua orang atau lebih yang keberadaannya saling berinteraksi dan berhubungan satu sama lain. Hubungan ini menumbuhkan interaksi sosial (social interaction) Selanjutnya, terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi (intercommunication). Interaksi antara satu dan yang lainnya memerlukan alat Interaksi yang secara akumulatif disebut komunikasi, yaitu

hubungan Komunikasi dalam pengertian umum dapat dilihat dari satu dan yang lainnya memerlukan alat ketergantungan (interdependensi) antarmanusia, baik secara individu. Oleh karena itu, disadari atau tidak komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia Urgenitas komunikasi pada satu sisi menjelma menjadi prasyarat keberadaan dari keberadaan manusia sebagai makhluk sosial. Pada sisi lain, para pakar berkeyakinan bahwa manusia telah berkomunikasi dengan lingkungannya sejak. Lalu, mengapa manusia berkomunikasi? Apa fungsi komunikasi bagi manusia? Jawabannya dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, persepsi persepsi masing-masing. Para pakar lebih fokus pada bahasan tentang "cara berkomunikasi" yang menjadi "alasan manusia berkomunikasi". Berdasarkan perspektif agama, pertanyaan ini dengan mudah dapat dijawab bahwa Tuhan yang mengajari manusia untuk berkomunikasi, saling mengenal, dengan menggunakan akal, dan kemampuan berbahasa. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia dapat dipastikan akan "tersesat" dan karena tidak berkesempatan menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial Komunikasi yang mendukung individu membangun kerangka rujukan (kerangka kerja kerangka rujukan) dan menggunkan untukan. Dalamnya, dalam proses komunikasi, yang diperlukan suatu disiplin keilmuan tentang komunikasi, jika mengamati siklus keilmuan lain, masalah komunikasi di tengah-tengah masyarakat dapat diatasi, tiga aras besar di bawah ini (Onong Uchjana,2000)

#### 1. Perspektif Estimologi

Secara estimasi, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu komunikasi yang bersumber dari kata communis, yang berarti sama makna dan sama rasa mengenai suatu hal. Para ahli juga menyejajarkan asal kata komunikasi, yaitu Communicare yang dalam bahasa Latin mempunyai arti,

atau berasal dari kata *communes* yang berarti sama = common. Artinya adalah membagi informasi agar pemahaman yang sama antara satu orang dan yang lain (Tasmara, 1997).

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seseorang yang melakukan proses komunikasi selalu mengharapkan dari orang lain atau bertindak sama sesuai dengan tujuan dan pesan yang disampaikannya. Wilbur Schramn (1973: 115) berpendapat, "Ketika kita berkomunikasi, kita mencoba menjalin komunikasi dengan seseorang. Yaitu kita mencoba untuk berbagi informasi, ide atau sikap, ... Komunikasi selalu membutuhkan setidaknya tiga elemen- sumber, pesan, dan tujuan. " Berdasarkan pernyataan di atas, dapat menyatakan bahwa proses komunikasi yang dilakukan manusia bertujuan merajut persamaan atau komunitas dengan manusia lain. Persamaan yang ingin dicapai adalah persepsi, pandangan, ide, gagasan, pemikiran, dan lain-lain. Untuk itu, harus dilakukan dengan cara yang terdiri dari unsur-unsur yang ada di dalamnya, yaitu:

- a. sumber (source);
- b. isi pesan;
- c. penerima (penerima);
- d. tujuan (tujuan). Sebuah.

Sumber yang dimaksudkan disini adalah seorang seseorang yang mengambil inisiatif pertama untuk melakukan proses. Pesan (pesan) adalah ide, gagasan, atau pikiran yang disampaikan oleh sumber kepada orang lain, yaitu penerima (penerima) dengan tujuan (tujuan) agar orang lain bertindak sama sesuai dengan harapan yang dituangkan dalam pesan tersebut (Wilbur Schramn 1973: 115) Sebagai ilustrasi dapat digambarkan dalam percakapan berikut. Apabila Andi berkata kepada Ani, "Pergilah ke pasar!

Ani menjawab, "Baiklah, Bang Andi," dapat diuraikan sebagai berikut. Sumber (sumber) a, .: Andi. Isi pesan: kalimat "Pergilah ke pasar!" b. Penerima (penerima): Ani "Baik, Bang Andi." Tujuan (Destinition): Perubahan sikap dari Ani, yaitu bertindak mengatur pesan yang disampaikan oleh C. Sumber (Andi), yaitu pergi ke pasar. Yang Uraian di atas memperjelas tujuan komunikasi sedang dilakukan, yaitu kejadian perubahan sikap atau tingkah laku orang lain untuk memenuhi harapan yang ditentukan melalui pesan-pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi dapat pula disebut sebagai usaha untuk menentukan sikap atau tingkah laku orang lain. Seorang ahli sosiolog, Carl I. Hovland (dalam Onong Uchyana Effendy, 1994) berpendapat, "Komunikasi adalah proses di mana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku individu lain."

Pernyataan Hovland tersebut merupakan unsur baru dalam proses komunikasi antarmanusia, yaitu komunikator-mengirimkan rangsangan-untuk mengubah perilaku individu lain. Dalam pesan ini yang dimaksud komunikator adalah seseorang yang menyampaikan gagasan atau kepada pihak lain, sedangkan pihak lain (other individual) dalam proses komunikasi disebut komunikan. Sekalipun demikian, seseorang dapat berperan secara ganda, yaitu komunikator sebagai komunikan, atau Agak. Misalnya, seseorang yang sedang melakukan kontemplasi, merenung, atau memikirkan sesuatu sebenarnya sedang melakukan proses komunikasi dengan dirinya sendiri (komunikasi intrapersonal) maka ia yang berperan ganda dalam posisi komunikasi tersebut. Adapun transmit stimuli atau menyampaikan rangsangan merupakan usaha komunikator untuk menyampaikan lambang tertentu agar lambang tersebut dapat memengaruhi tingkah laku komunikan. Agar lambang yang disampaikan mempunyai daya stimulan, terlebih dahulu lambang tersebut harus memiliki arti (meaningful), simbol dan dapat diartikan

(interpretif) oleh komunikan. Apabila lambang wakil sebagai gagasan yang akan disampaikan tidak disampaikan diartikan sama dengan gagasan yang terwakili dalam lambang tersebut, komunikasi itu akan memperoleh hambatan, bahkan gagal.

Lambang-lambang yang dipergunakan dalam proses komunikasi harus menyentuh dan dapat dimaknai oleh kedua belah pihak sehingga jauh dari salah interpretasi. Dalam disiplin ilmu komunikasi, peran lambang tidak harus sama, tetapi sebagai wakil sebuah gagasan yang dapat merangsang dan menggerakkan orang lain untuk berubah sikap sesuai dengan harapan komunikator. Atas dasar ini setiap komunikasi pasti mempunyai tujuan. Karena komunikasi dari dan untuk manusia, sudah seharusnya memiliki kemampuan komunikasi, harus berpikir secara manusiawi dengan segala aspeknya. Wilbur Schramm (1973) mengatakan, "Ketika kita mempelajari komunikasi, oleh karena itu kita mempelajari orang-orang yang berhubungan satu sama lain dan kelompok mereka, organisasi dan masyarakat ... untuk memahami komunikasi manusia kita harus memahami bagaimana orang-orang berhubungan satu sama lain." Berdasarkan ungkapan di atas, seorang komunikator harus memahami aspek-aspek manusiawi dari komunikan yang dihadapinya. Komunikator harus sanggup mendalami latar belakang pengalaman dari komunikannya (bidang referensi). Apabila komunikator mempergunakan lambang yang tidak mendukung atau tidak sejalan dengan kemampuan berpikir dari komunikannya, pesan komunikasi tidak berhasil membangkitkan sikap komunikan. sedangkan komunikannya tidak mengerti dan tidak memiliki pemahaman yang cukup untuk memahami istilah atau lambang tersebut, berarti tidak terjadi perubahan sikap dari komunikan. Oleh karena itu, latar belakang pengalaman dan pengetahuan (bidang pengalaman yang mempergunakan istilah atau lambang, dan kerangka acuan) seseorang berperan sangat besar dalam komunikasi. Dengan pengalaman, baik positif



maupun negatif akan ikut serta memengaruhi dalam menentukan atau menginterpretasikan pesan komunikasi. Terkait dengan kredibilitas komunikator, Koesdarini Soemiati (1987) dalam catatannya mempertanyakan tentang komunikator, pembicaraannya yang tidak dapat dipercaya, atau tidak, cara memercayai, dan alasan komunikasi harus memercayainya. Semua hal tentang komunikator tingkat kepercayaan kepada komunikator ia sebut sebagai kredibilitas. Kredibilitas komunikator diteliti oleh Aristoteles (dalam Onong Uchyana Effendy, 1994) dalam bukunya Rhetoric dengan mengatakan, "Persuasi dapat dicapai oleh karakter pribadi pembicara dari pidatonya yang diucapkan untuk memberikan pesan kepada kita bahwa ia tidak dapat dipercaya. Kita lebih mudah percaya pada orang yang baik hati kepada orang lain. Demikialah, pada umumnya, apa pun masalahnya, dan benar apabila kepastian yang tepat tidak mungkin, pendapat terbagi-bagi. Ada tiga hal yang membangkitkan kepercayaan pada karakter pembicara-ketiga hal itu, yaitu Yang menyebabkan Kita Memercayai sesuatu terlepas dari pembuktiannya; kebijaksanaan, sifat dengan Akhlak Yang Baik, dan Iktikad Baik).

Dengan demikian, penelitian tentang kredibilitas komunikator bukan hal baru. Aristoteles dengan keahliannya yang berpidato telah melayani dan meneliti hal-hal yang menyebabkan pendengar bersedia meluangkan waktunya untuk mendengarkan pidato. Unsur kepercayaan pada sumber yang mengadakan komunikasi merupakan elemen penting dalam melakukan suatu komunikasi yang efektif. Devito (dalam Onong Uchyana Effendy, 1994) mengemukakan tiga tipe kredibilitas, yaitu:

- A. kredibilitas berdasarkan titel;
- B. kredibilitas yang didapat selama berkomunikasi;
- C. kredibilitas yang didapat pada akhir komunikasi.

Sebuah Kredibilitas yang diperoleh komunikator berkaitan dengan beberapa unsur yang saling berkelindan. Beberapa unsur yang menunjang kredibilitas itu adalah sebagai berikut.

a. Kompetensi

yaitu kemampuan seseorang dalam bidangnya menjamin kepercayaan bagi pendengarnya. Misalnya, seorang ahli yang berbicara bidangnya akan mendapat kredibilitas tinggi ketika berbicara di luar bidangnya. Lebih lanjut, karakter secara moral, seseorang dengan sifat, tabiat, dipandang baik oleh publik, akan mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari seseorang yang bertabiat jelek, tercela, dan tidak dapat dibenarkan oleh etika. Orang yang berkepribadian terbuka, penggembira, dan mudah bergaul akan lebih cepat dipercaya orang yang pendiam dan pemurung.

b. Tujuan.

Seseorang yang Berbicara akan terasa tujuan dari pembicaraan itu. Misalnya, seorang propagandis atau salesman yang akan menawarkan barang dagangannya tentu kurang mendapat kepercayaan disebabkan oleh tujuan pembicara itu untuk kepentingan dan keuntungan pembicara. Isi pembicaraan akan memuji dan menggunkan kualitas barang dan kepentingannya. Hal ini tentu diketahui oleh komunikan. Oleh karena itu, komunikator kurang dapat memperoleh kepercayaan.

c. Dinamisme

yaitu faktor kegesitan bergerak serta ringan tangan yang kadang-kadang ditanggapi sebagai orang yang rajin bekerja sehingga orang lain menaruh kepercayaan kepadanya. Selain faktor keterbukaan, empati, rasa positif, dukungan dan, faktor kredibilitas juga mendukung persyaratan komunikasi antarpersonal yang efektif Hal ini disebabkan keefektifan komunikasi tidak

mungkin apabila pendengar tidak bersedia mendengarkan. Pendengar hanya dapat mendengarkan apabila percaya kepada pembicara. dipahami oleh orang yang pembicara. Selanjutnya, komunikasi akan lancar, dapat dilaksanakan, dan mencapai tujuan sesuai dengan keinginan komunikator. Sementara itu, dari berbagai pengalaman, disadari bahwa manusia cenderung menghindari sesuatu yang pernah merugikan dirinya, dan sebaliknya, seseorang akan lebih antusias untuk melakukan sesuatu yang menguntungkan. Di sinilah komunikator dituntut untuk memiliki pengetahuan psikologis dalam pendekatan kepada sasaran komunikasinya. Komunikator harus melihat manusia dalam posisi yang multidimensi, manusia dalam dimensi jasmani dan rohani, dimensi manusia sekaligus sebagai subjek objek, dalam aspeknya. Komunikasi berlangsung antara orang-orang yang terlibat dalam pengertian makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Apabila seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, komunikasi berlangsung sempurna. Hubungan interdependensial yang melingkupi semacam itu dapat dikatakan sebagai interaksi yang komunikatif. Saling, komunikasi komunikator dan / atau komunikasi tidak saling memahami, komunikasi tidak akan dapat berjalan dengan efektif (misscommunication).

## 2. Terminologi Perspektif

Secara terminologis, komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada seseorang. Berdasarkan pengertian ini, komunikasi dengan sejumlah orang yang disebut dengan komunikasi manusia (human communication) atau komunikasi sosial (social communication). Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antarmanusia diimplementasikan sebagai komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat akan tercipta komunikasi. Berdasarkan pengertian ini, komunikasi yang

dibahas di sini tidak termasuk komunikasi hewan, komunikasi transendental, dan komunikasi fisik. Komunikasi transendental adalah komunikasi dengan sesuatu yang bersifat "gaib", termasuk komunikasi dengan Tuhan. Orang yang sedang shalat, baik yang sedang melakukan kewajibannya sebagai umat beragama maupun yang meminta-minta sesuatu, misalnya shalat Hajat atau shalat Istikharah di kalangan pemeluk Islam, tengah berkomunikasi dengan sosial. Komunikasi fisik adalah komunikasi yang menghubungkan tempat satu dengan tempat lain, misalnya dua tempat yang dapat digunakan oleh kereta api, bus, pesawat terbang, dan kereta api yang mengangkut manusia. Akan tetapi, hal ini bukan komunikasi sosial atau komunikasi antarmanusia. Sungguhpun ada kalanya yang terdiri dari komunikasi antarmanusia, misalnya surat berisikan pesan kepada seseorang yang diangkut oleh kereta api atau pesawat terbang, tetapi tidak dapat dikategorikan sebagai komunikasi manusia.

### 3. Perspektif Paradigmatik

Dalam pengertian paradigmatik, komunikasi yang mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio televisi atau film, maupun media nonmassa, misalapan poster, dll. Komunikasi dalam pengertian paradigmatik bersifat intensional mengandung tujuan. Oleh karena itu, dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, biaya pada pesan yang akan dikomunikasikan dan komunikan yang dijadikan sasaran. Mengenai komunikasi ini, banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu, dapat ditampilkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaanampa komunikasi oleh, yaanampa komunikasi oleh mengenai banyak definisi itu anggota, dapat ditampilkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki,

yaanampa komunikasi oleh, yaanampa komunikasi Baik pernyataan, atau perilaku, baik langsung maupun lisan tidak langsung melalui media. Deddy Mulyana (1996) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian pesan melalui media elektronik. Ia menguraikan bahwa komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi mungkin termasuk hewan, tanaman, bahkan jin. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yaitu memberi tahu atau mengubah sikap (sikap), pendapat, atau perilaku (perilaku). Ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi bersifat informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit untuk komunikasi informatif. Hal ini karena tidak mudah untuk mengubah sikap, atau perilaku seseorang atau sejumlah orang.

## B. Definisi Komunikasi

Komunikasi sebagai kata benda, komunikasi, berarti (1) pertukaran simbol, pesan, dan informasi; (2) proses pertukaran antarindividu melalui sistem simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan; (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart dalam Deddy Mulyana, 2000). Komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Kamus Baru Dalam Webster edisi tahun 1997 bahwa komunikasi adalah proses pertukaran tingkah laku. informasi di antara individu melalui sistem lambang, tanda, atau

Apabila dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada makna mengenai sesuatu yang diperbincangkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan belum tentu pertanyaan tentang pengertian. Dengan kata lain, hanya dengan bahasa belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh

bahasa itu. Percakapan kedua orang dapat dikatakan komunikatif kelebihan kekurangan mengerti bahasa yang dipergunakan dan mengerti makna dari bahan pesan yang diperlakukan. Akan tetapi, komunikasi komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasar, dalam arti bahwa komunikasi minimal harus mengandung makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yaitu agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima pemahaman atau keyakinan, melakukan perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik telah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Akan tetapi, studi Aristoteles hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Pada pertengahan abad ke-20, ketika dunia merasa semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukannya kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi seisi, dan sebagainya yang pentingnya komunikasi dari peningkatan pengetahuan menjadi ilmu (Deddy Mulyana, 2000). Sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, definisi-definisi yang diberikan para ahli pun semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai cakupan arti dan konteksnya yang berbeda satu sama lain. Frank E.X. Dance (dalam Onong Uchyana, 2000) dalam bukunya, *Human Communication Theory*, menginventarisasi 126 buah definisi tentang komunikasi yang diberikan berbagai ahli. Dari sekian banyak definisi komunikasi tersebut, dapat dicermati beberapa definisi berikut.

1. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol, seperti kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain (Berelson dan Steiner, 1964).

2. Komunikasi adalah yang menimbulkan pengetahuan dan berkembangnya hubungan manusia, semua lambang pikiran bersama, sarana untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekam dalam waktu. Mekanisme ini ekspresi ekspresi wajah, gerak-gerik, suara, kata-kata, tulisan, percetakan, kereta api, telegram, telepon, dan sebagainya yang merupakan penemuan untuk menguasai ruang dan waktu (Charles Cooley).

3. Komunikasi adalah proses yang membuat sesuatu dari semula dimiliki (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih (Gode, 1959). Komunikasi adalah proses penyampaian pesan-pesan yang mengandung arti (Phil Astrid S.Susanto, 1987). 4. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan-pesan yang mengandung arti (Phil Astrid S.Susanto, 1987),

5. Komunikasi adalah proses yang didalamnya semua partisipasi atau pihak-pihak yang berkomunikasi saling menciptakan, membagi, menyampaikan, dan bertukar informasi antara satu dan lainnya dalam rangka mencapai pengertian Bersama (Rogers dan Schomaker)

6. komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan (Ruesch, 1957).

7. Komunikasi adalah proses pengalihan lambang-lambang yang berarti antara individu (Komunikasi adalah proses transmisi simbol-simbol bermakna antar individu) (William Albig)

8. Onong Uchyana Effendy (2004) dalam bukunya, Komunikasi Teori dan Praktik, menyatakan bahwa komunikasi atimpalahiran peny. oleh komunikator kepada komunikan.

9. Komunikasi center of interest yang ada dalam situasi perilaku manusia yang memungkinkan suatu sumber secara sadar mengalihkan pesan kepada penerima dengan tujuan perilaku tertentu (Miller, 1996).

10. Komunikasi merupakan proses yang menjadi dasar memahami hakikat manusia. Dikatakan sebagai proses karena ada aktivitas yang melibatkan banyak elemen atau tahapan yang terpisah-pisah, tahapan ini saling berkaitan sepanjang waktu. Contoh, dalam suatu pesan yang sederhana selalu ada langkah, seperti pesan, pengiriman, penerimaan, dan interpretasi pesan (Ruben dan Stewart, 1998).

11. Komunikasi termasuk semua respons terhadap pesan yang lalu menciptakan pesan baru karena setiap orang yang diterima oleh orang lain melalui proses busuk dan interpretasi pesan yang dikemas dalam bentuk simbol atau kumpulan simbol simbolik stewart yang sangat (1998).

12. Komunikasi merupakan proses yang menggambarkan cara seseorang memberikan stimulasi pada makna pesan verbal dan nonverbal ke dalam pikiran orang lain (McCroskey, 1998)

13. komunikasi adalah interaksi untuk menopang koneksi antarmanusia sehingga dapat membantu memahami satu sama lain bagi pengakuan kepentingan bersama (Zarekaky, 1999)

14. Komunikasi adalah tindakan manusia atau aktivitas manusia untuk menyampaikan sesuatu. Komunikasi juga merupakan suatu diskusi, perlakuan, diskursus, pementasan drama pos, kantor pos, saluran, garis penghubung, koneksi antara komunikasi dan kegiatan transmisi pesan (Allo Liliweri 2011),

15. Komunikasi adalah proses menyortir, memilih dan pengiriman symbol-symbol sedemikian rupa agar membantu penerima pesan membangkitkan



respons / makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dipersiapkan oleh komunikator (Raymond Ross)

16. Komunikasi adalah transmisi informasi yang terdiri atas rangsangan diskriminatif dari sumber kepada penerima (New Comb).

17. Komunikasi merupakan interaksi antarpribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik, seperti sistem simbol verbal (kata-kata) dan nonverbal. Sistem ini dapat disosialisasikan secara langsung / tatap muka atau melalui media lain (tulisan, lisan, dan visual) (Karfried Knapp).

18. Komunikasi merupakan proses pengalihan suatu maksud dari sumber kepada penerima. Proses tersebut merupakan suatu rangkaian aktivitas, rangkaian atau tahap-tahap yang memudahkan peralihan maksud (Winnet).

19. Komunikasi adalah seni menyampaikan informasi, ide, dan sikap seseorang kepada orang lain (Edwin Emery).

20. Komunikasi adalah proses interaksi yang menghasilkan arti antara sesama manusia (Delton E, Mc Farland).

Komunikasi sebagai kata tunggal, jamak, dan kata kerja berarti seni dan teknik penggunaan kata-kata secara efektif untuk membagi informasi atau gagasan:

1. bidang studi / kajian yang mempelajari berbagai cara transmisi informasi, seperti cara percetakan atau penyiaran;

2. beragam profesi yang berkaitan dengan transmisi informasi, empiris dan kritis pada berbagai derajat interaksi. Level level ini seperti periklanan, penyiaran, atau jurnalistik. Perhatikan bahwa segala sesuatu yang dikomunikasikan merupakan pesan (Allo Liliweri, 2011).

Komunikasi termasuk proses encoding pesan yang akan dikirimkan, dan proses decoding terhadap yang diterima, serta melakukan sintesis terhadap informasi dan makna. Komunikasi dapat terjadi pada semua tingkat pengalaman manusia dan merupakan cara terbaik untuk memahami perilaku manusia dalam perubahan perilaku individu, komunitas, organisasi, dan umumnya. Oleh karena itu, komunikasi dapat dilihat dapat digambarkan pada tataran:

1. mikro ke mikro, yaitu tingkat komunikasi intrapersonal (cara individu memproses informasi);
2. interpersonal (cara dua individu memengaruhi satu sama lain);
3. kelompok (cara dinamika komunikasi terjadi di antara banyak individu);
4. organisasi formal dan informal (cara komunikasi terjadi dan berfungsi dalam konteks organisasi, komunitas, dan masyarakat / cara komunikasi membangun atau mengubah agenda penting dari isu tertentu).

Keberagaman definisi ini kata Hauser (1996) definisi bahwa komunikasi pada umumnya interaksi interaksi yang sangat luas untuk menjelaskan hakikat komunikasi mulai dari gagasan kecil dan sederhana (mikro) ide yang gagasan yang besar. Menurut Hauser, sekian banyak definisi, ada tujuh pengelompokan definisi komunikasi, tiga kelompok definisi yang terdiri dari manusia sebagai makhluk hidup, sedangkan empat kelompok definisi lainnya menjelaskan efek komunikasi terhadap audiens (Losee, R. *Communication and Library Science*, 1999). Dengan demikian, dapat diabaikan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi (pesan, ide, sikap, atau gagasan) dari komunikator untuk mengubah serta permohonan yang dikehendaki komunikator. Proses penyampaian informasi bermanfaat bagi komunikator ataupun komunikan dalam proses kehidupan individu dan masyarakat secara

luas. Definisi tersebut memberikan dampak yang berbeda. Definisi dari Hovland, Janis, dan Kelley menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses yang terjadi antara satu orang dan orang lain. Definisi ini juga memberikan pengaruh bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain yang menjadi sasaran komunikasi. Menurut Berelson dan Steiner, komunikasi adalah penyampaian. Hal yang disampaikan adalah gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain, sedangkan cara penyampaian melalui penggunaan simbol-simbol. Simbol yang dimaksud dapat berbentuk kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain. proses komunikasi dari Laswell secara eksplisit dan kronologis menjelaskan lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif sebagai sumber), mengatakan apuna (isi kampa komunikasi) , melalui saluran apa (alat / saluran penyampaian informasi), dan akibat ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu upaya yang merupakan hasil yang terjadi pada diri penerima. Definisi disengaja serta mempunyai tujuan, Definisi komunikasi dari Gode memberikan penilaian pada proses "penularan" pemilikan, yaitu dari yang semula (sebelum komunikasi) hanya dimiliki satu orang, kemudian (setelah komunikasi) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. Kata penularan lebih tepat dipergunakan dalam konteks definisi ini dibandingkan dengan distribusi atau pembagian. Hal ini karena hal yang dimiliki seseorang (sebelum komunikasi) tidak berkurang, baik kualitas maupun kuantitasnya setelah dikomunikasikan kepada orang lain. Bagi Barnlund, komunikasi adalah upaya atau tindakan yang mempunyai tiga tujuan, yaitu mengurangi ketidakpastian, dasar bertindak secara efektif, dan mempertahankan atau memperkuat ego. Menurut Ruesch, komunikasi adalah proses menjalin hubungan yaitu menghubungkan antara satu bagian dan bagian lainnya dalam kehidupan. Sementara itu, definisi komunikasi dari Weaver memberikan penekanan pada

upaya atau kegiatan seseorang dalam memengaruhi pikiran orang lain. Definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi mempunyai pengertian luas dan beragam. Tiap-tiap definisi mempunyai penekanan arti dan konteks yang berbeda satu sama lainnya. Definisi di atas memberikan beberapa pengertian pokok berikut. Pertama, komunikasi adalah proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan. Setiap pelaku komunikasi akan melakukan empat tindakan, yaitu membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan suatu ide atau gagasan. Hal ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja sistem saraf. Pesan, yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk pesannya dapat berupa pesan verbal atau nonverbal. Di samping membentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang diterimanya ini diolah melalui sistem saraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila hal tersebut terjadi, orang tersebut kembali membentuk dan menyampaikan pesan baru. Demikianlah keempat tindakan ini akan terus-menerus menjadi secara berulang-ulang. Kedua, pesan merupakan produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang yang menjelaskan ide atau gagasan, sikap, perasaan, praktik, atau tindakan. Bentuknya dapat bermacam-macam, yaitu kata-kata, tertulis, lisan, gambar, angka, benda, gerak-gerik atau tingkah laku, dan berbagai bentuk tanda lainnya. Cara menyampaikan pesan juga dapat dilakukan dengan berbagai macam saluran pengiriman pada pilihan para pelaku, yaitu secara langsung menghadap muka, surat, telepon, surat kabar, televisi, radio, dan lain-lain. Ketiga, komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, di antara beberapa orang atau banyak orang. Pengertian banyak di sini

menunjukkan bahwa instruksi besar dan mungkin tidak dapat dihitung. Keempat, komunikasi mempunyai tujuan tertentu, yaitu komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya (Onong Uchyana Effendy, 2000). Edward Wilson (1998) mengkritik bahwa berbagai elemen menggambarkan kerumitan dalam pemahaman komunikasi sehingga yang ada pada setiap definisi menampilkan pengetahuan yang seolah-olah komunikasi yang mencerminkan dunia nyata. Definisi: komunikasi hanya menampilkan kumpulan artefak dari ilmu pengetahuan. Lalu, definisi komunikasi tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu sehingga seharusnya mampu menangkap gejala besar komunikasi dari dunia nyata. Karena hal itu pula, kita tidak sedang berusaha membuat definisi baru berdasarkan definisi-definisi tradisional dari komunikasi yang hanya merupakan kumpulan artefak ilmu pengetahuan; yang diperlukan kini dan ke depan adalah membangun "definisi model" mengandung informasi yang memiliki izin yang diperlukan untuk kelayakan suatu definisi. Satu hal yang perlu ditambahkan di sini bahwa komunikasi tidak harus terjadi dalam arah, sifat, atau konteks yang berdampak "positif" (misalnya pengetahuan menjadi bertambah, merasa senang timbul saling pengertian, timbul sikap mendukung). dalam arah, sifat, dan konteks yang bervalensi / berdampak negatif "dan" netral ". Konflik, percekocokan, saling marah, yang mengancam peristiwa peristiwa komunikasi yang berdampak negatif. Disebut peristiwa komunikasi pelaku dalam contoh tersebut terlibat dalam interaksi. Hanya, aksi dan reaksi yang dilakukan oleh pelaku yang terjadi dalam tujuan yang saling bertentangan. Sementara itu, valensi netral. menunjukkan keadaan yang tidak bersifat positif dan tidak bersifat negatif. Misalnya, tidak merasa gembira, tetapi tidak merasa sedih, tidak mendukung, tetapi tidak memberi tanggapan (Onong Uchyana Effendy, 2000). Berdasarkan definisi yang diuraikan

tersebut, dapat digarisbawahi berbagai perspektif komunikasi, termasuk hal berikut:

1. Secara ontologis (kebenaran yang hakiki), komunikasi adalah perhubungan atau proses pemindahan, dan pengoperan arti nilai, pesan melalui media atau lambang, baik Bahasa lisan, tulisan maupun isyarat.
2. Secara aksiologis, komunikasi adalah proses pemindahan pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikator (stimulus) memberikan rangsangan kepada komunikan. Sikap ide, pemahaman, suatu pesan dapat berfungsi baik oleh komunikator dan komunikan.
3. Secara epistemologis, komunikasi yang mengubah tingkah laku, mengubah pola pikir, sikap orang lain. Untuk dapat membangun kebersamaan: mencapai ide yang sama demi satu tujuan yang sama. Dengan demikian, komunikasi adalah pertukaran pesan verbal ataupun nonverbal antara pengirim dan penerima untuk mengubah tingkah laku. Perubahan perilaku, yaitu perubahan yang terjadi dalam diri individu dalam aspek kognitif, afektif, atau psikomotor.

### C. Komunikasi Interaksi

Komunikasi interaksi adalah proses penggunaan simbol oleh setiap individu untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Komunikasi interaksi terjadi karena adanya proses atau pertukaran informasi antara satu individu dan individu lainnya atau satu kelompok dan kelompok lainnya yang akhirnya menciptakan umpan balik atau umpan balik. Umpan balik adalah komunikasi yang diberikan pada sumber pesan penerima pesan untuk menunjukkan pemahaman. Model linear berasumsi bahwa seseorang hanya pengirim atau penerima. Hal ini merupakan pandangan yang

sangat sempit terhadap partisipan dalam proses komunikasi. Oleh karena itu, Wilbur Schramm (1954) mengemukakan bahwa hubungan antara pengirim dan penerima harus diamati. Model komunikasi interaksional menekankan proses komunikasi dua arah dari pengirim kepada penerima dan penerima kepada pengirim. Interaksional mengilustrasikan bahwa bahwa dapat menjadi pengirim atau penerima atau suatu interaksi, tetapi tidak dapat seseorang menjadi begitu. Satu elemen penting bagi model komunikasi interaksional adalah umpan balik atau tanggapan terhadap suatu pesan. Umpan balik dapat berupa verbal ataupun nonverbal, sengaja ataupun tidak sengaja. Umpan balik juga membantu para komunikator untuk melihat pesan yang tersampaikan atau tidak datang makna terjadi. Dalam interaksional model, umpan balik terjadi setelah pesan diterima, bukan pada saat pesan dikirim.

#### 1. Komunikasi sebagai Transaksi

Model komunikasi transaksional menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional menyatakan bahwa proses tersebut kooperatif, yaitu pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan memiliki komunikasi yang terjadi. Adapun dalam model komunikasi linier, makna dikirim dari satu orang lain. Dalam model interaksional, makna dicapai melalui umpan balik dari pengirim dan penerima.

#### 2. Tantangan dalam Komunikasi

Pada titik ini, Anda mungkin memiliki pandangan bahwa komunikasi dapat menyelesaikan hampir semua masalah dalam masyarakat. Hal ini tidak mengherankan. Komunikasi adalah gelap untuk menggambarkan pada proses komunikasi yang negatif dan merendahkan. Mereka mulai meneliti area ini karena tidak semua komunikasi atau hubungan yang menyenangkan dan

menguntungkan ramuan ajaib yang dapat menghilangkan segala permasalahan dalam kehidupan. Para peneliti juga berfokus pada penelitiannya pada hubungan yang sehat dan memuaskan serta sering melupakan fakta bahwa beberapa hubungan yang dapat menjadi tidak sehat dan tidak menyenangkan. Dalam beberapa tahun belakangan ini, peneliti dan teoretikus komunikasi mulai mempertanyakan kebenaran komunikasi yang menyenangkan, rasional penuh pemikiran, dan tulus. Para peneliti menciptakan istilah sisi gelap untuk merujuk pada proses komunikasi yang negatif dan penghinaan. Hal ini juga termasuk hal yang sepertinya tidak terlalu bahaya, seperti julukan dan ledakan, yang merupakan hal biasa di kalangan remaja. Komunikasi dapat menjadi rasis dan merendahkan. Mereka mulai meneliti area ini karena tidak semua komunikasi atau hubungan itu menyenangkan dan menguntungkan satu sama lain. Sebagaimana dikatakan Steve Duck (1994) bahwa dalam hubungan antar pribadi, mungkin ada yang dikecewakan, dikhianati, dan merasa tertekan. Berasumsi bahwa komunikasi memiliki sisi gelap berarti komunikasi juga memiliki komponen negatif. Komunikasi negatif dapat berupa hal, seperti sarkasme, manipulasi, serangan verbal, dan penghinaan. Hal ini juga termasuk hal yang sepertinya tidak terlalu bahaya, seperti julukan dan ledakan, yang merupakan hal biasa di kalangan remaja. Komunikasi dapat menjadi rasis dan diskriminatif terhadap kelompok usia tertentu.

#### D. Etika dan Komunikasi

Berasumsi bahwa komunikasi memiliki sisi gelap berarti komunikasi juga memiliki komponen negatif. Komunikasi negatif dapat berupa hal, seperti sarkasme, manipulasi, serangan verbal, dan penghinaan. Hal ini juga termasuk hal yang sepertinya tidak terlalu bahaya, seperti julukan dan ledakan, yang



merupakan hal biasa di kalangan remaja. Komunikasi dapat menjadi rasis dan diskriminatif terhadap kelompok usia tertentu.

Contoh isu-isu yang berkaitan dengan etika

Bisnis dan industri.

Mungkin tidak ada budaya lain yang disorot dengan kecurigaan dibandingkan dengan perusahaan Amerika. Perilaku tidak etis dalam korporasi telah mencapai yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya. Paul Davidson (2002) menemukan bahwa banyak perusahaan berusaha untuk menjalankan bisnis, menggunakan praktik akuntansi kreatif, dan melaksanakan pembukuan palsu, dan ini hanya beberapa dari banyak perilaku tidak etis lainnya. Agama. Baik peradaban Timur maupun Barat telah menekankan etika dalam tradisi moralnya. Contohnya, menurut Taoisme, tidak ada orang yang hidup sendiri maka empati dan pemikiran akan menuntun pada kebenaran. Bagi kaum Buddha, bermoral berarti menggunakan kata-kata yang menimbulkan kedamaian dan menghindari gosip, merencanakan diri sendiri, kemarahan, argumentasi, dan kebohongan. Berdasarkan sudut pandang Barat, banyak isu mengenai etika berasal dari peradaban Yunani Kuno. Aristoteles yang pertama kali mengemukakan prinsip-prinsip "makna emas" percaya bahwa nilai-nilai moral berada di antara dua keburukan dan titik tengahnya merupakan dasar bagi masyarakat yang rasional.

Dunia hiburan.

Dunia hiburan selalu menjadi perbincangan yang berkaitan dengan etika dan komunikasi. Berbagai argumentasi sering muncul dan melayani pada Hollywood: Apakah Hollywood merefleksikan masyarakat, atau apakah Hollywood membentuk masyarakat? Banyak sudut pandang muncul dalam argumentasi ini, tetapi ada dua pendapat yang menonjol. Salah satu

argumentasi adalah yang tidak bermoral. Film harus membantu orang untuk melepaskan diri dari realita yang sulit, bukan menghidupkan kembali. Pendapat kedua bahwa Hollywood harus memproduksi film yang tidak menjalankan kekerasan dan seks sehingga semua anggota keluarga dapat menontonnya.

Teknologi.

Teknologi berada di antara etika saat ini. Bersenjatakan amandemen pertama, pendukung berbicara berbicara mengatakan bahwa internet tidak seharusnya disensor. Mereka menekankan bahwa ukuran mengenai sesuatu yang tidak pantas dapat berbeda-beda satu dengan yang lainnya dan sensor arena bersifat arbitrer. Pada tahun 2002, Pengadilan Tinggi Amerika Serikat memutuskan untuk melindungi pornografi anak virtual di internet. Melihat bahwa undang-undang mengenai pornografi anak masih terlalu luas, para penegak hukum melihat bahwa larangan gambar anak-anak yang dihasilkan oleh komputer merupakan hal yang tidak dapat dibenarkan. Semakin bergantung pada teknologi, terutama internet, isu-isu akan terus bermunculan. Menggunakan identitas palsu saat "online", mengunduh dan mengunggah materi yang telah dilindungi hak cipta, mengundang para remaja bergabung dalam situs internet adalah bahwa teknologi memengaruhi kehidupan orang pada masa yang akan datang. Definisi komunikasi dan pembahasan mengenai bencana memunculkan kontroversi dalam bidang ilmu komunikasi dan tiga model komunikasi yang masih bertahan hingga kini. Hal tersebut disebabkan kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan berkembang komunikasi dapat dilakukan dengan mudah. Contohnya dapat melalui jaringan internet, seperti situs jejaring sosial, antara lain facebook, twitter, yahoo messenger, dan lainnya. Selain itu, dengan kemajuan teknologi, masyarakat tidak perlu

pusing untuk berkomunikasi dengan yang lain meskipun harus berbeda jarak, bahkan negara.

#### E. Karakteristik Komunikasi

Definisi komunikasi Berdasarkan contoh-contoh definisi yang dikemukakan dalam bagian sebelumnya, diperoleh gambaran bahwa komunikasi memiliki beberapa orang berikut (Sasa Djuarsa Senjaya, 1996).

##### 1. Komunikasi adalah suatu proses

Komunikasi sebagai suatu proses, artinya bahwa komunikasi Komunikasi adalah Suatu Proses merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak "statis", tetapi "dinamis" dalam arti selalu mengalami perubahan, perkembangan, dan berlangsung terus menerus tanpa henti sampai manusia meninggal. Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau unsur yang ada di dalamnya, mencakup pelaku atau peserta, pesan (meliputi bentuk, isi dan cara penyajiannya), saluran, media atau alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang terjadi, hambatan yang muncul, serta situasi atau kondisi pada saat berlangsungnya proses komunikasi. Misalnya, A ingin menjelaskan tentang korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) kepada B. Upaya A dalam merealisasikan keinginannya akan menjadi suatu proses yang melibatkan banyak faktor. Faktor-faktor tersebut, antara lain topik KKN yang akan dibicarakan (topik KKN secara umum, berkaitan dengan politik pemerintahan, masalah penanganannya, dan lain-lain), cara menyampaikannya (secara tatap muka, melalui telepon, surat, dan lain-lain), waktu, tempat, situasi dan kondisinya, dan hasil atau akibat

yang terjadi (A dan B mempunyai persamaan pendapat tentang KKN yang dibicarakan, A dan / atau B merasa memperoleh pengetahuan baru tentang KKN, A dan / atau B merasa bermanfaat telah mengisi waktu luang mereka dengan kegiatan yang untuk menambah informasi). Jika berdiskusi tentang masalah KKN tentu akan berkembang pada masalah pembahasan yang semakin luas dan kompleks, baik mengenai topik maupun dampaknya.

## 2. komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan secara sadar disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya. Pengertian "sadar" menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendalikan atau terkontrol oleh logika akal orang yang bersangkutan, bukan dalam keadaan tidur dan "mimpi". Disengaja maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan sesuai dengan kemauan dan keinginan dari pelakunya. Sementara tujuan menunjuk pada hasil atau akibat yang ingin dicapai, sesuai dengan tujuan masing-masing individu pelaku komunikasi. Tujuan komunikasi mencakup banyak hal bergantung pada keinginan atau harapan dari setiap pelakunya. Misalnya, dalam contoh percakapan antara A dan B tentang masalah Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) yang marak dan dianggap membudaya. Tujuan A mungkin berbeda dengan B. A melalui percakapan tersebut ingin memberi tahu tentang KKN yang menurutnya penting. Sementara bagi B ingin berbincang-bincang dengan A mengenai KKN bukan karena tidak atau kurang mengetahui tentang KKN tersebut, melainkan karena ingin memelihara hubungan baik dengan A Tujuan komunikasi mencakup banyak hal bergantung pada keinginan atau harapan dari setiap pelakunya. Misalnya, dalam contoh percakapan antara A dan B tentang masalah Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) yang marak dan dianggap membudaya. Tujuan A

mungkin berbeda dengan B. A melalui percakapan tersebut ingin memberi tahu tentang KKN yang menurutnya penting. Sementara bagi B ingin berbincang-bincang dengan A mengenai KKN bukan karena tidak atau kurang mengetahui tentang KKN tersebut, melainkan karena ingin memelihara hubungan baik dengan A

Berbeda jika menyaksikan acara televisi, kita tidak bisa menangkap isi pesan disertai mengerjakan pekerjaan lain. Begitu juga dengan tingkat partisipasi yang dibutuhkan ketika membaca koran atau buku pasti berbeda dengan mendengarkan radio atau menonton televisi. Demikian pula dengan bentuk komunikasi personal yang memerlukan tingkat partisipasi lebih serius untuk memahami isi pesan yang dikomunikasikan.

Lebih lanjut, selama proses percakapan berlangsung, kedua belah pihak dituntut kerja sama untuk menciptakan keberlanjutan proses komunikasi agar berjalan dengan sukses. Misalnya, pada saat A berbicara, B mendengarkan, kemudian menanggapi. Demikian pula sebaliknya. Situasi komunikasi antara A dan B akan berbeda apabila mereka sama-sama berbicara pada saat yang sama (tidak bergantian) atau keduanya diam tidak mau berbicara.

#### 4 Komunikasi Bersifat Simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang atau simbol tertentu.

Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka, atau tanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk keperluan membujuk atau meminta tolong tentu berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan memerintah atau memaksa. Perbedaan tidak hanya menyangkut kata-kata yang digunakan, tetapi juga nada atau intonasinya. Selain bahasa verbal,

ada juga lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat dipergunakan dalam komunikasi, seperti gestur (gerak tangan, kaki, mimik muka, atau gerakan bagian tubuh lainnya), warna, simbol, kode tertentu, sikap duduk atau berdiri, jarak dan berbagai bentuk lambang lainnya. Penggunaan lambang lambang nonverbal ini untuk memperkuat arti dari pesan yang disampaikan sehingga diperlukan kemampuan untuk menerjemahkan setiap pesan verbal ataupun nonverbal yang diterima setiap saat dalam proses komunikasi. paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka, atau tanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk keperluan membujuk atau meminta tolong tentu berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan memerintah atau memaksa. Perbedaan tidak hanya menyangkut kata-kata yang digunakan, tetapi juga nada atau intonasinya. Selain bahasa verbal, ada juga lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat dipergunakan dalam komunikasi, seperti gestur (gerak tangan, kaki, mimik muka, atau gerakan bagian tubuh lainnya), warna, simbol, kode tertentu, sikap duduk atau berdiri, jarak dan berbagai bentuk lambang lainnya. Penggunaan lambang lambang nonverbal ini untuk memperkuat arti dari pesan yang disampaikan sehingga diperlukan kemampuan untuk menerjemahkan setiap pesan verbal ataupun nonverbal yang diterima setiap saat dalam proses komunikasi.

## 5. Komunikasi Transaksional

Pengertian "transaksional" juga menunjuk pada kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Hal ini berarti bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yang terlibat mempunyai kesepakatan tentang hal-hal yang dikomunikasikan. Nilai "kesepakatan" yang dicapai

antara pihak-pihak yang berkomunikasi (mutual of understanding) menjadi ukuran bagi tujuan masing-masing partisipan komunikasi.

## 6. Komunikasi Menembus Faktor Ruang dan Waktu

Arti dari komunikasi menembus faktor ruang dan waktu adalah para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi, seperti telepon, faksimili, telex, video text, dan lain-lain, kedua faktor tersebut (waktu dan tempat) tidak menjadi persoalan dan hambatan dalam berkomunikasi. Misalnya, melalui telepon, Affan yang berada di Jakarta dapat berbicara dengan Budi yang berada di New York. Melalui faksimili, Ali juga dapat berinteraksi dengan Freddy pada waktu yang berbeda. Melalui video-conferencing (konferensi jarak jauh melalui video) Ali yang berada di Jakarta dapat berdiskusi secara serentak dengan Budi yang berada di New York, Dino yang di Tokyo, Hani yang berada di Paris, dan Ahmad yang berada di Singapura. Jalannya komunikasi di antara kelima orang tersebut akan tampak seperti dalam situasi berhadapan muka karena masing-masing dapat melihat muka, gerak-gerik dan gaya berbicara dari setiap peserta komunikasi yang terlibat melalui layar monitor, baik komputer maupun layar kaca (televisi).

## **Komunikasi Organisasi**

### A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harfiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana. Everet. M. Rogers dalam bukunya *Communication in*

Organization, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang. Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Conrad (dalam Tubbs dan Moss, 2005) mengidentifikasi tiga komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah, fungsi relasional, fungsi manajemen ambigu.



### 1. Fungsi perintah

berkenaan dengan anggota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.

### 2. Fungsi relasional

berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan (job performance) dalam berbagai cara. Misal: kepuasan kerja, aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarki organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antar-personal baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika Anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dilakukan tidak Anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dan sebagainya.

### 3. Fungsi manajemen ambigu

berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misal: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan memengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri; tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (ambiguity) yang melekat dalam organisasi. Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang mem butuhkan perolehan informasi bersama.

## B. PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP PERILAKU ORGANISASI

Sebagai komunikator, seorang pemimpin organisasi, manajer, atau administrator harus memilih salah satu berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi dilancarkan. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan penyampaian pesannya kepada peranannya yang sedang dilakukannya. Dalam hubungan ini, Henry Mintzberg seorang profesor manajemen pada McGill University di Montreal-Kanada, menyatakan wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan: peranan antarpersona; peranan informasi; dan peranan memutuskan.

1. Peranan antarpersona seorang manajer meliputi tiga hal.

a. Peranan tokoh.

Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat ke upacara. Karena ia merupakan seorang tokoh, maka selain memimpin berbagai upacara di kantornya, ia juga diundang oleh pihak luar untuk menghadiri berbagai upacara. Dalam peranan ini seorang manajer berkesempatan untuk memberikan penerangan, penjelasan, imbauan, ajakan, dan lain-lain.

b. Peranan pimpinan.

Sebagai pemimpin, seorang manajer berkewajiban melakukan tanggung jawab atas lancar-tidaknya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijaksanaan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian. Ada juga kegiatan-kegiatan yang

tidak langsung berkaitan dengan kepemimpinannya, antara lain memotivasi para karyawan agar giat bekerja. Untuk melaksanakan kepemimpinannya secara efektif, maka ia harus mampu melaksanakan komunikasi secara efektif. Dalam konteks kepemimpinan, seorang manajer berkomunikasi efektif bila ia mampu membuat para karyawan melakukan kegiatan tertentu dengan kesadaran, kegairahan, dan kegembiraan. Dengan suasana kerja seperti itu akan dapat diharapkan hasil yang memuaskan.

#### c. Peranan penghubung.

Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur komando vertikal, baik secara formal maupun secara tidak formal.

### 2. Peranan informasi.

Dalam organisasinya, seorang manajer berfungsi sebagai pusat informasi. Ia mengembangkan pusat informasi bagi kepentingan organisasinya. Peranan informasional meliputi peranan-peranan sebagai berikut.

#### a. Peranan monitor.

Dalam melakukan peranannya sebagai monitor, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi. Ia mengajukan berbagai pertanyaan kepada rekan-rekannya atau kepada bawahannya, dan ia menerima informasi pula dari mereka tanpa diminta berkat kontrak pribadinya yang selalu dibinanya.

#### b. Peranan penyebar.

Dalam peranannya sebagai penyebar ia menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebarkan kepada bawahannya.

### c. Peranan juru bicara.

Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Perbedaannya ialah dalam hal caranya: jika dalam peranannya sebagai penghubung ia menyampaikan Informasi secara antarpribadi dan tidak selalu resmi, namun dalam peranannya sebagai juru bicara tidak selamanya secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi. Dalam peranannya sebagai Juru bicara itu ia juga harus mengkomunikasikan Informasi kepada orang-orang yang berpengaruh yang melakukan pengawasan terhadap organisasinya. Kepada khalayak di luar organisasinya. Ia meyakinkan khalayak bahwa organisasi yang dipimpinnya telah melakukan tanggung jawab sosial sebagaimana mestinya. Ia meyakinkan pula para pejabat pemerintah bahwa organisasinya berjalan sesuai dengan peraturan sebagaimana mestinya. Ia menyampaikan Informasi secara antarpribadi dan tidak selalu resmi, namun dalam peranannya sebagai juru bicara tidak selamanya secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi. Dalam peranannya sebagai Juru bicara itu ia juga harus mengkomunikasikan Informasi kepada orang-orang yang berpengaruh yang melakukan pengawasan terhadap organisasinya. Kepada khalayak di luar organisasinya. Ia meyakinkan khalayak bahwa organisasi yang dipimpinnya telah melakukan tanggung jawab sosial sebagaimana mestinya. Ia meyakinkan pula para pejabat pemerintah bahwa organisasinya berjalan sesuai dengan peraturan sebagaimana mestinya.

### 3. Peranan memutuskan.

Seorang manajer memegang peranan yang sangat penting dalam sistem pengambilan keputusan dalam organisasinya. Ada empat peranan yang dicakup pada peranan ini.

a Peranan wiraswasta.

Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan mengadakan penyesuaian terhadap perubahan kondisi lingkungannya. Ia senantiasa memandang ke depan untuk mendapatkan gagasan baru. Jika sebuah maka ia mengambil prakarsa untuk mengembangkan sebuah proyek yang diawasinya sendiri atau didelegasikannya kepada bawahannya.

b. Peranan pengendali gangguan.

Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan menghilang, dsb.

c. Peranan penentu sumber.

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilangsungkan. Manajer juga mempunyai kewenangan mengenai pengambilan keputusan penting sebelum implementasi dijalankan. Dengan kewenangan itu, manajer dapat memastikan bahwa keputusan-keputusan yang berkaitan semuanya berjalan melalui pemikiran tunggal.

d. Peranan perunding.

Manajer melakukan peranan perunding bukan saja mengenai hal-hal yang resmi dan langsung berhubungan dengan organisasi, melainkan juga tentang hal-hal yang tidak resmi dan tidak langsung berkaitan dengan kekayaan. Bagi manajer, perundingan merupakan gaya hidup karena hanya ialah yang mempunyai kewenangan untuk menanggapi sumber-sumber organisasional pada waktu yang tepat dan hanya ialah yang merupakan pusat jaringan informasi yang sangat diperlukan bagi perundingan yang penting.

## C. DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI DALAM KEHIDUPAN ORGANISASI

### 1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Proses komunikasi internal ini bisa berwujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media nirmassa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua sebagai berikut.

#### a. Komunikasi vertikal,

yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberi laporan laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya. kepada pimpinan.

#### b. Komunikasi horizontal atau lateral,

yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar-bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

## 2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat daripada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi; press release, artikel surat kabar atau majalah; pidato radio; film dokumenter; brosur, leaflet, poster, kon a. frensi pers, b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

## D. PENTINGNYA KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan hal yang mengikat kesatuan organisasi. Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasikan perubahan organisasi, mengkoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan. Meski demikian, berkomunikasi dengan baik tidaklah mudah. Ingatlah ucapan bijak ini, saya tahu hal ini-Anda yakin betul bahwa Anda memahami setiap perkataan saya, tapi saya tidak yakin akan hal ini-Anda mengerti bahwa apa yang Anda dengar bukanlah apa yang saya maksudkan, "lebih dari sekadar gurauan; ucapan ini

menggambarkan apa pernah kita rasakan: kegagalan dalam berkomunikasi. Jika sebuah organisasi sampai pada titik dimana komunikasi dalam organisasi tidak seefektif yang seharusnya, organisasi itu tidak akan berfungsi seefektif yang seharusnya. Contohnya, dalam banyak perusahaan, program orientasi karyawan baru seharusnya dapat memberikan kesempatan bagi karyawan untuk menjalin komunikasi yang efektif antar-karyawan. Dalam Marriot International, jaringan hotel yang tersebar di seluruh dunia, 40 persen karyawan baru keluar dari perusahaan dalam jangka waktu tiga bulan setelah mereka diterima. Setidaknya inilah yang terjadi dulu. Belakangan ini, angka keluar (turnover) karyawan berkurang secara signifikan karena Marriott telah berusaha keras memperbaiki cara perusahaan berkomunikasi dengan karyawan barunya. Selain mendapatkan informasi lebih banyak, setiap karyawan baru dipasangkan dengan seorang teman "yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi sehingga semua karyawan baru dapat memperoleh informasi tanpa batas. Marriott mengembangkan komunikasi yang efektif dengan para karyawannya sejak hari pertama mereka bekerja, dan karenanya Marriott memastikan para staf di garis depan (resepsionis, concierge, bellboy) mampu melayani tamu dengan ramah.

#### D. Proses Komunikasi

Semua tugas manajer, tanpa terkecuali, berhubungan dengan proses komunikasi. Masalah-masalah serius yang sering muncul adalah disalah oleh artikannya perintah dari atasan, tersinggungnya seseorang gurauan rekan kerjanya, atau disalahartikannya komentar atasan sehingga terjadi sakit hati di kalangan karyawannya. Situasi tersebut adalah contoh ke gagalannya proses komunikasi. Pertanyaan mendasar yang seharusnya diajukan bukanlah apakah para manajer sudah berkomunikasi, karena komunikasi merupakan sesuatu



yang baku dalam fungsi organisasi. Pertanyaan sesungguhnya adalah: apakah para manajer berkomunikasi dengan baik, atau buruk? efektif belum tentu terlaksana. Setiap manajer harus juga menjadi seorang komunikator. Nyatanya, perilaku apapun yang dilakukan manajer merupakan suatu bentuk komunikasi kepada seseorang atau suatu kelompok. Satu-satunya pertanyaan adalah: "Apakah dampak komunikasi tersebut?" Meskipun per tersebut terdengar terlalu berlebihan, seiring pembahasan ini, Anda akan memahami mengapa pertanyaan tersebut perlu diajukan. Terlepas dari berbagai kemajuan dalam proses komunikasi dan teknologi informasi, komunikasi antar-individu dalam organisasi masih menyisakan banyak hal yang bisa diperbaiki. Proses ini terjadi dalam diri tiap individu. Proses komunikasi melibatkan lima unsur-orang yang menyampaikan pesan, pesan yang dikomunikasikan, media penyampaian, penerima pesan, dan umpan balik. Secara singkat: Siapa – mengatakan apa – dengan cara apa-kepada siapa-dengan dampak apa. Untuk mengetahui setiap elemen dalam proses tersebut, kita perlu mengetahui cara terjadinya komunikasi. bentuk komunikasi kepada seseorang atau suatu kelompok. Satu-satunya pertanyaan adalah: "Apakah dampak komunikasi tersebut?" Meskipun per tersebut terdengar terlalu berlebihan, seiring pembahasan ini, Anda akan memahami mengapa pertanyaan tersebut perlu diajukan. Terlepas dari berbagai kemajuan dalam proses komunikasi dan teknologi informasi, komunikasi antar-individu dalam organisasi masih menyisakan banyak hal yang bisa diperbaiki. Proses ini terjadi dalam diri tiap individu. Proses komunikasi melibatkan lima unsur-orang yang menyampaikan pesan, pesan yang dikomunikasikan, media penyampaian, penerima pesan, dan umpan balik. Secara singkat: Siapa – mengatakan apa – dengan cara apa-kepada siapa-dengan dampak apa. Untuk mengetahui setiap elemen dalam proses tersebut, kita perlu mengetahui cara terjadinya komunikasi.

## E. Sebuah Model Komunikasi

Proses komunikasi bekerja dengan sangat baik pada Nestle, sebuah perusahaan penghasil makanan terbesar di dunia. Perusahaan ini telah memasuki tahap evolusi elektronik dengan menggunakan internet sebagai media proses komunikasi yang berkesinambungan. Nestle menyediakan pilihan-pilihan untuk melakukan pemesanan produk cokelat dan produk lainnya melalui sebuah situs maya: Nestle Ex order, sehingga para pemilik rokok dapat memesan langsung dari internet. Sistem ini menghemat hampir 100.000 telepon panggilan ataupun pesanan yang dikirim lewat faksimile tiap tahunnya. Sebelum era internet, pembeli produk Nestle membeli biji cokelat dan bahan mentah lainnya hanya dari negaranya sendiri, dengan sedikit informasi mengenai rekan-rekannya yang membeli produk serupa. Sekarang, melalui internet, para pembeli saling mendiskusikan harga dan memilih pemasok bahan mentah yang menawarkan harga terbaik. Nestle dahulu memproses bubuk coklatnya dan memproduksi produk coklatnya sendiri. Sekarang dengan menggunakan internet, Nestle menggunakan komunikasi secara teratur dengan para penyedia barang, dan memungkinkan proses outsourcing berjalan dengan lebih mudah. Di masa lalu, Nestle menebak-nebak berapa banyak produk cokelat batang Kitkat yang mereka jual dalam masa promosi. Saat ini, jaringan elektronik yang terhubung dengan pasar swalayan dan rekanan lainnya menyediakan informasi dan umpan balik seketika (real time). Pendekatan Nestle melibatkan setiap elemen dalam proses komunikasi. Perbedaan antara Nestle yang dulu dengan Nestle yang sekarang terletak pada jumlah pertukaran informasi dan umpan balik yang dilakukan melalui media elektronik. Nestle percaya bahwa komunikasi tatap muka dan

komunikasi elektronik diperlukan untuk menjalankan bisnis yang menguntungkan di seluruh dunia.

## E. PERSEPSI MENGENAI KOMUNIKASI ORGANISASI

Tampaknya para ahli belumlah mempunyai persepsi yang sama mengenai komunikasi berorganisasi. Berbagai macam persepsi mereka tentang hal ini dan beberapa di antaranya akan disajikan sebagai berikut.

### 1. Persepsi Redding dan Sanborn

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level / tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

### 2. Persepsi Katz dan Kahn

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

### 3. Persepsi Zelko dan Dance

Zelko dan Dance mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatannya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum. Kemudian bersama Lesikar, mereka menambahkan satu dimensi lagi dari komunikasi organisasi yaitu dimensi komunikasi pribadi informal di antara sesama anggota organisasi yang berupa pertukaran secara mengenai informasi dan perasaan di antara sesama anggota organisasi.

### 4. Persepsi Thayer

Thayer menggunakan pendekatan sistem secara umum dalam memandang komunikasi organisasi. Dia mengatakan komunikasi organisasi sebagai arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Dia memperkenalkan tiga sistem komunikasi dalam organisasi yaitu: a) berkenaan dengan kerja organisasi; b.) berkenaan dengan pengaturan organisasi seperti perintah-perintah, aturan aturan dan petunjuk-petunjuk; c) berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi. Yang termasuk bagian ini antara lain hubungan dengan personal dan masyarakat, pembuatan iklan dan latihan.

### 5. Persepsi Greenbaum

Greenbaum mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi. Dia membedakan

komunikasi internal dengan eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sekali sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan me salah menggiatkan aktivitas. Perbedaan konseptual mengenai komunikasi organisasi ini terlihat dalam fenomena Down dan Larimer mengemukakan 21 bidang yang diajarkan dalam mata kuliah komunikasi organisasi yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, teori organisasi, komunikasi horizontal, pembuatan keputusan, komunikasi kelompok kecil, kepemimpinan, teknik penelitian, motivasi, interview, perubahan dan inovasi, pengelolaan konflik, pengembangan organisasi, teknik konferensi, teori manajemen, latihan konsultasi, mendengar, kepuasan kerja, berbicara di muka umum, menulis dan latihan yang sensitif. Meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya itu ada beberapa hal umum yang dapat disimpulkan yaitu:

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arak dan media.
- c. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya.hubungannya dan keterampilan / skillnya.

#### G. DEFINISI DAN KONSEP KUNCI DARI KOMUNIKASI ORGANISASI

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi berikut, *organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*". Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan

hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian. Masing-masing dari konsep kunci ini akan dijelaskan satu per satu secara ringkas.

## 1. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala ciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses. Misalnya diambil contoh proses pendirian suatu bank desa di suatu daerah. Pada suatu sore, penduduk suatu desa berkumpul di rumah kepala desa bercakap-cakap sambil minum teh untuk membicarakan kebutuhan akan suatu bank di desa tersebut. Kepala desa menyampaikan kepada tamu desa sekarang telah jauh lebih banyak dari semula dan anggota masyarakat memerlukan suatu tempat usaha mereka. Kepala desa mengusulkan kepada tamu-tamunya secara bersama-sama mendirikan suatu bank desa dengan menjual saham kepada anggota masyarakat yang mau, dan juga mencari bantuan dari bank besar untuk membantu membuat gedung. Pelayanan yang akan diberikan adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyimpan dan meminjam uang. Salah satu anggota yang hadir mengusulkan nama apa yang diberikan terhadap bank tersebut. Anggota kedua menyampaikan bahwa bank itu hendaknya dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat. Tamu yang ketiga mengusulkan pula bahwa hendaklah menggunakan computer. Tamu yang lain mengingatkan bahwa keadaan ekonomi berpengaruh kepada kemampuan bank. Akhirnya mereka membuat rencana tertulis mengenai pendirian bank tersebut dan siapa yang berperan dan apa perannya dalam

mencapai tujuan dan bagaimana mereka mendapat sumber yang akan membantu efektifnya bank tersebut. Dengan menggunakan serentetan proses komunikasi, warga desa tersebut telah mendirikan suatu organisasi sebagai respons terhadap kebutuhan lingkungannya.

## 2. Pesan

Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Misalnya, seseorang pimpinan melihat pekerjaannya bawahannya tidak beres, lalu berkata dengan suara keras apa ini pekerjaan kamu sambil memukul meja. Isi pesan ini adalah pernyataan rasa marah terhadap kesalahan bawahannya itu. Bila bawahan yang menerima pesan itu mengartikan bahwa pimpinannya marah karena pekerjaan itu berarti bahwa pesan itu efektif. Simbol-simbol yang digunakan dalam pesan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi, dan arus tujuan dari pesan. Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal dalam organisasi misalnya seperti surat, memo, pidato, percakapan. Sedangkan pesan nonverbal dalam organisasi terutama sekali yang tidak diucapkan atau tidak ditulis seperti, bahasa gerakan badan, sentuhan, nada suara, ekspresi wajah dan sebagainya. Klasifikasi pesan menurut penerima yang diharapkan dapat pula dibedakan atas pesan internal dan eksternal. Pesan

internal khusus dipakai karyawan dalam organisasi misalnya, memo, buletin, dan Sedangkan pesan eksternal adalah untuk memenuhi kebutuhan organisasi sebagai sistem terbuka yang berkaitan dengan lingkungan dan umum. Pesan eksternal ini misalnya iklan, usaha hubungan dengan masyarakat rapat-rapat. rakat, usaha mengenai penjualan atau pelayanan. Pesan dapat pula diklasifikasikan menurut bagaimana pesan itu di sebarluaskan atau metode difusi. Kebanyakan komunikasi organisasi disebarluaskan dengan menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak. Kalau menggunakan metode perangkat keras untuk dapat berfungsi tergantung kepada alat-alat elektronik dan tenaga / arus listrik. Misalnya pesan yang disampaikan melalui telepon, telex, radio, videotape, komputer dan sebagainya. Sedangkan pesan yang menggunakan metode perangkat lunak tergantung kepada kemampuan dan keterampilan dari individu terutama dalam berpikir, menulis, berbicara dan mendengar agar dapat berkomunikasi satu sama lain. Termasuk dalam metode perangkat lunak ini komunikasi lisan secara berhadapan, percakapan dalam rapat-rapat interview, diskusi dan kegiatan tulis menulis seperti surat, nota, laporan, usulan dan pedoman. Klasifikasi pesan yang terakhir adalah berdasarkan tujuan daripada pengiriman dan penerimaan pesan. Atau dengan kata lain mengapa pesan dikirim dan diterima dalam organisasi. Redding (Goldhaber, 1986) menyarankan ada tiga alasan umum bagi arus pesan dalam organisasi yaitu yang berkenaan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi dan kemanusiaan.

Pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas, yaitu yang berhubungan dengan produksi organisasi, pelayanan dan kegiatan khusus yang ber kenaan dengan organisasi seperti penyempurnaan kualitas produksi, penjualan dan pemasaran. Pesan yang berkenaan dengan pemeliharaan organisasi seperti kebijaksanaan, aturan-aturan yang membantu organisasi tetap hidup. Sedangkan pesan yang berkaitan dengan kemanusiaan adalah mengenai sikap



karyawan, moral, rasa kepuasan, dan pemenuhan kebutuhan anggota organisasi. Ada klasifikasi pesan yang lain daripada apa yang dikemukakan Redding ini, yaitu yang dikemukakan oleh Thayer. Thayer mengemukakan empat fungsi khusus dari arus pesan dalam organisasi yaitu; untuk memberi informasi, untuk mengatur, untuk membujuk dan untuk mengintegrasikan. Pesan informasi dan membujuk adalah bersamaan maksudnya dengan pesan tugas bagi Redding (Goldhaber, 1986) menyarankan ada tiga alasan umum bagi arus pesan dalam organisasi yaitu yang berkenaan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi dan kemanusiaan. Pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas yaitu yang berhubungan dengan produksi organisasi, pelayanan dan kegiatan khusus yang berkenaan dengan organisasi seperti penyempurnaan kualitas produksi penjualan dan pemasaran. Pesan yang berkenaan dengan pemeliharaan organisasi seperti kebijaksanaan, aturan-aturan yang membantu organisasi tetap hidup. Sedangkan pesan yang berkaitan dengan kemanusiaan adalah mengenai sikap karyawan, moral, rasa kepuasan, dan pemenuhan kebutuhan anggota organisasi.

Ada klasifikasi pesan yang lain daripada apa yang dikemukakan Redding ini yaitu yang dikemukakan oleh Thayer. Thayer mengemukakan empat fungsi khusus dari arus pesan dalam organisasi yaitu; untuk memberi informasi, untuk mengatur, untuk membujuk dan untuk mengintegrasikan. Pesan informasi dan membujuk adalah bersamaan maksudnya dengan pesan tugas bagi Redding. Sedangkan pesan yang untuk mengatur, sama maksudnya dengan pesan pemeliharaan dari Redding dan klasifikasi pesan mengintegrasikan hampir sama dengan pesan kemanusiaan bagi Redding. Goldhaber (1986) menggunakan tiga klasifikasi Redding ditambah dengan klasifikasi baru yaitu inovasi. Pesan inovasi ini adalah sangat penting bagi organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah-

ubah. Pesan inovasi ini misalnya rencana baru organisasi, kegiatan baru, program baru atau pengarahan yang membangkitkan pemecahan masalah.

### 3. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi.

Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain, hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi dari pesan. Masing-masing faktor yang mempengaruhi jaringan komunikasi ini akan dijelaskan satu per satu berikut ini. Peranan tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan secara formal maupun tidak formal. Misalnya seorang pegawai mungkin digaji sebagai sekretaris dan dikatakan bahwa tugas-tugas jabatannya seperti mengetik, membuat catatan/tulisan steno, menyampaikan pesan dan menentukan perjanjian. Ini adalah peranan resmi dari seorang sekretaris. Peranan formal ini mempengaruhi kepada siapa karyawan berkomunikasi dalam pelaksanaan pekerjaannya. Misalnya, seorang sekretaris mungkin bertanya kepada bosnya (atasannya) mengenai kesalahan pengarsipan, mungkin juga makan siang bersama sekretaris lainnya atau mungkin mensupervisi personel lainnya. Di samping berkomunikasi dengan orang melalui saluran formal selama dalam pekerjaan, sekretaris tersebut mungkin juga berbicara dengan karyawan tertentu dari bagian atau departemen lain dalam organisasinya, mungkin berkomunikasi dengan sekretaris lain tentang kejadian yang tidak ada

hubungannya dengan pekerjaannya atau mungkin mengenai desas-desus bosnya masing-masing. Dalam kasus terakhir ini sekretaris tersebut berkomunikasi secara tidak formal melalui jaringan informal. Barangkali kebanyakan komunikasi dalam organisasi tidaklah mengikuti pola yang sudah ditentukan dalam organisasi tidaklah mengikuti pola yang sudah ditentukan dalam organisasi seperti halnya dalam contoh komunikasi sekretaris tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi hakikat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaitu, komunikasi kepada bawahan, komunikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Komunikasi yang dari atasan ini biasanya berkenaan dengan tugas-tugas atau pemeliharaan organisasi seperti pengarahan, tujuan, perintah, disiplin atau pertanyaan. Sedangkan komunikasi dari bawahan biasanya untuk tujuan-tujuan tertentu seperti mengajukan pertanyaan, memberikan balikan atau memberikan saran- saran. Komunikasi horizontal biasanya berhubungan dengan pemecahan masalah koordinasi, penyelesaian konflik dan desas-desus.

Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain. Bayangkan misalnya seorang pimpinan mengirimkan pesan secara lisan kepada seorang bawahannya melalui temannya atau menyampaikan pesan itu secara berantai. Biasanya pesan yang diterima dengan cara ini tidak persis sama sampainya kepada orang yang dituju. Adakalanya pesan itu hilang sebagian di jalanan atau tidak lengkap, adakalanya ditambah- tambah sehingga artinya mungkin jauh berbeda atau berubah. Makin banyak seri yang ditambah atau hilang atau dipertajam.

#### 4. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila pimpinan membuat suatu keputusan, dia harus memperhitungkan implikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh.

#### 5. Hubungan

Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Sikap, skill, moral dari seorang pengawas misalnya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat organisasi. Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu hubungan di antara dua orang atau dyadic sampai kepada hubungan yang kompleks. yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar, dalam organisasi. Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi. Lain halnya dengan Pace dan Bozen mereka menggunakan istilah hubungan interpersonal terhadap komunikasi yang terjadi dalam hubungan

tatap muka. Dia membedakan empat macam komunikasi yaitu komunikasi dyadic (antara 2 orang), komunikasi serial yaitu komunikasi dyadic yang diperluas berupa satu seri, komunikasi kelompok kecil yaitu komunikasi antara 3 - 12 orang dan komunikasi audience atau komunikasi kelompok besar yang terdiri dari 13 orang lebih.

## 6. Lingkungan

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan dan teknologi. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan budayanya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah laku individu dan kelompok dalam organisasi. Organisasi sebagai suatu sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti, teknologi, ekonomi, undang-undang, dan faktor sosial. Dewasa ini organisasi harus memonitor faktor lingkungan eksternalnya seperti peraturan pemerintah, isu dalam masyarakat, kontroversi politik, perbedaan kultur dan sebagainya. Karena lingkungan berubah-ubah, maka organisasi memerlukan informasi baru. Informasi ini harus dapat mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan pertukaran pesan baik

secara internal dalam unit-unit yang relevan maupun terhadap kepentingan umum secara eksternal.

## 7. Ketidakpastian

Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Misalnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai aturan pemerintah yang berpengaruh kepada produksi barang-barangnya. Jika organisasi ini banyak informasi mengenai hal ini maka mereka akan lebih pasti dalam memproduksi hasil organisasinya yang sesuai dengan standar yang ditentukan oleh pemerintah. Tetapi bila mereka tidak memperoleh informasi tersebut maka mereka ragu-ragu memproduksi barang-barangnya apakah sesuai dengan standar yang ditentukan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan di antara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks yang integrasi yang tinggi. Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyak informasi yang diterima daripada sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Oleh karena itu salah satu urusan utama dari komunikasi organisasi adalah menentukan dengan tepat berapa banyaknya informasi yang diperlukan untuk mengurangi ketidakpastian tanpa informasi yang berlebih-lebihan. Jadi ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima.

## H. PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI

Untuk melihat komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat digunakan tiga pendekatan yaitu pendekatan makro, mikro, dan individual. Masing-masing dari pendekatan ini akan dijelaskan berikut ini.

## 1. Pendekatan Makro

Dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai suatu struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam berinteraksi ini organisasi melakukan aktivitas tertentu seperti memproses informasi dari lingkungan, mengadakan identifikasi, melakukan integrasi dan menentukan tujuan organisasi.

### a. Memproses Informasi dan Lingkungan

Agar organisasi tetap hidup perlu memproses informasi dari lingkungannya. Memproses informasi dalam hal ini maksudnya adalah menyesuaikan apa yang terjadi pada lingkungan dengan jalan mentransfer informasi yang relevan dengan keadaan dalam organisasi, kemudian merumuskan suatu respons yang tepat terhadap input informasi tersebut. Informasi ini kemudian digunakan untuk melakukan identifikasi dan penentuan tujuan organisasi.

### b. Identifikasi

Suatu organisasi menggunakan informasi yang telah diproses dari lingkungan untuk mencapai beberapa macam negosiasi, persetujuan dengan relasi-relasi yang potensial dari langganannya. Proses penyesuaian diri dinamakan dengan identifikasi. Misalnya suatu organisasi transportasi berdasarkan informasi dari lingkungan mengetahui bahwa langganannya menyenangi transportasi yang cepat, selamat dapat dipercaya dan menyenangkan pelayanannya. Berdasarkan informasi ini organisasi berusaha untuk mengkoordinasi segala kegiatan supaya dapat memenuhi keinginan dari para langganannya. Untuk memberitahu langganan bahwa organisasi telah meningkatkan pelayanannya,

organisasi membuat iklan tentang itu atau melakukan suatu pelayanan percobaan gratis. Dalam hal ini peranan komunikasi memegang peranan penting. Tanpa dikomunikasikan kepada langganan, langganan tentu tidak mengetahui bahwa organisasi telah meningkatkan pelayanannya.

#### c. Integrasi dengan Organisasi Lain

Tidak ada organisasi bergerak dalam keadaan terisolasi. Setiap organisasi dipengaruhi oleh aktivitas organisasi lain dalam lingkungannya. Organisasi mesti memonitor aktivitas ini, menentukan apa pengaruh aktivitas-aktivitas itu kepadanya. Jika saingan organisasinya menghasilkan dengan cara yang sama tetapi dengan kualitas yang lebih baik. Kadang-kadang organisasi menggunakan prosedur pengawasan yang kompleks untuk memonitor satu sama lain, yang mencakup penggunaan peralatan elektronik dan membayar seorang mata-mata dalam industri. Tentu saja kebanyakan cara ini tidak menurut hukum dan itu hanya dilakukan dalam keadaan yang ekstrim. Sebaliknya beberapa organisasi hanya menggunakan Teknik komunikasi yang lebih sederhana seperti membaca brosur, pamflet, majalah perdagangan dan berbicara dengan ahli dalam bidangnya untuk mengawasi saingannya. Kadang-kadang interaksi dengan saingan terlalu bersifat institusional seperti dalam organisasi perdagangan. Kelompok-kelompok ini mempunyai anggota yang bersifat terbuka hanya kepada orang-orang dalam bidangnya. Mereka melakukan konvensi dan rapat dan menggunakan materi yang memberikan informasi yang relevan bagi kepentingan golongannya.

#### d. Penentuan Tujuan

Dari semua kegiatan organisasi secara makro yang memerlukan komunikasi yang sangat penting adalah menentukan tujuan organisasi. Organisasi seharusnya tidaklah menentukan tujuannya sebelum memperoleh informasi mengenai lingkungan memprosesnya, melakukan identifikasi dengan



langganan yang potensial dan melakukan integrasi yang cukup dengan organisasi lain untuk memperjelas tujuannya. Informasi yang berasal dari semua interaksi ini kemudian dapat digunakan untuk menentukan tujuan organisasi.

Suatu tujuan adalah tempat yang diinginkan organisasi sesudah diberikan periode waktu tertentu. Tujuan dari organisasi industri umumnya memproduksi suatu produksi dengan biaya yang minimum dan menjualnya dengan mendapat keuntungan bagi organisasi. Semakin rendah biaya produksi makin banyak keuntungan dan makin sukses organisasi. Untuk menentukan tujuan, organisasi harus mengembangkan informasi kekuatan internal dan eksternal organisasi. Kekuatan eksternal organisasi mencakup sikap langganan, tersedianya bahan mentah, status pengaturan menurut pemerintah, dan tingkah laku dari saingan. Informasi ini kemudian digunakan untuk merumuskan tujuan yang dapat diharapkan dicapai secara realistis oleh organisasi. Pada beberapa organisasi, biasanya pimpinan tingkat tinggi banyak melakukan perumusan tujuan organisasinya sehingga bawahan hanya menjalankan kebijaksanaan yang telah ditetapkan tersebut. Tetapi di beberapa organisasi, orang-orang dalam organisasi diajak untuk ikut serta merumuskan tujuan organisasi. Bila perumusan tujuan mengikut serta orang hierarki bawah, maka komunikasi sangat diperlukan karena orang-orang yang terlibat dalam merumuskan tujuan ini saling bertukar ide dan informasi untuk merumuskan tujuan yang baik.

## 2. Pendekatan Mikro

Pendekatan ini terutama memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan subunit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk pemberian orientasi dan latihan, komunikasi untuk melibatkan anggota kelompok dalam

tugas kelompok, komunikasi untuk menjaga iklim organisasi, komunikasi dalam mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam organisasi. Di dalam organisasi, biasanya terdapat bermacam-macam kelompok sosial. Masing-masing kelompok ini mempunyai tujuannya masing-masing. Agar masing-masing kelompok ini dapat menyokong pencapaian tujuan organisasi dan penjelasan kaitannya dengan tujuan masing-masing kelompok sehingga masing-masing kelompok merasakan bahwa tujuan organisasi adalah tujuan mereka bersama. Dalam hal ini diperlukan keterampilan berkomunikasi dari pimpinan sehingga anggota kelompok mempunyai motivasi untuk bekerja dengan baik. Lebih-lebih lagi bila anggota kelompok melihat ada keuntungan bagi diri mereka, mereka akan bekerja dengan giat dan akan mendukung tujuan organisasi.

Kadang-kadang organisasi perlu memberikan orientasi dalam latihan untuk melatih

#### a. Orientasi dan Latihan

Dalam suatu organisasi agar dapat melakukan suatu pekerjaan tertentu. Untuk melakukan aktivitas latihan ini memerlukan komunikasi. Misalnya untuk menjelaskan bagaimana suatu pekerjaan seharusnya dilakukan disampaikan dengan berkomunikasi. Komunikasi yang digunakan mungkin lisan, mungkin melalui buku-buku petunjuk atau manual. Yang jelas semuanya menggunakan komunikasi. Orientasi adalah proses yang terus menerus yang menghendaki komunikasi untuk membawa orang lain melihat apa yang sedang berlangsung dalam suatu organisasi. Tugas memberi orientasi ini dapat dilakukan oleh pimpinan unit-unit organisasi maupun oleh anggota unit lainnya. Misalnya, seorang guru baru dibawa berkeliling oleh kepala sekolah melihat situasi belajar mengajar yang sedang berlangsung di kelas, di laboratorium, di tempat

praktik, di gedung olahraga, melihat perpustakaan sekolah dan pusat bimbingan penyuluhan.

#### b. Keterlibatan Anggota

Dalam organisasi sangat diperlukan keterlibatan anggota dalam unitnya masing-masing untuk menjaga kelancaran tugas organisasi. Sebab bila suatu unit kerja organisasi macet akan mempengaruhi kepada keseluruhan tugas-tugas organisasi. Untuk mengajak atau mendorong anggota unit organisasi mau bekerja adalah dengan menggunakan komunikasi dan itu adalah merupakan tugas dari pimpinan unit masing-masing. Kadang-kadang pimpinan perlu menyuruh anggota dengan lemah lembut dan secara halus dan kadang-kadang juga diperlukan cara yang agak keras tergantung kepada tipe pribadi anggotanya. Setiap orang mempunyai karakteristik tertentu dan dalam hal ini perlu diperhatikan agar berhasil dalam melibatkan mereka dalam pekerjaan kelompoknya.

#### c. Penentuan Iklim Organisasi

Iklim organisasi ditentukan oleh bermacam-macam faktor di antaranya tingkah laku pimpinan, tingkah laku teman sekerja, dan tingkah laku dari organisasi. Tetapi pada umumnya iklim organisasi ditentukan oleh tingkah laku komunikasi dari pimpinan kepada kelompoknya. Misalnya pimpinan yang tidak mau bicara dengan bawahannya dan tidak pula ambil pusing dengan apa yang dilakukan mereka mungkin akan menjadikan bawahannya malas bekerja dan tidak produktif.

#### d. Kepuasan Kerja

Bila orang tidak merasa senang dengan situasi kerjanya biasanya mereka mengatakan bahwa tidak puas dengan pekerjaannya. Ada dua hal mungkin menyebabkan orang tidak puas dengan pekerjaannya ini. Hal yang pertama,

apabila orang tersebut tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkannya untuk melakukan pekerjaannya. Yang kedua, apabila hubungan sesama teman sekerja kurang baik. Atau dengan kata-kata lain ketidakpuasan kerja ini berhubungan dengan masalah komunikasi. Tidak ada pula bukti-bukti yang menyatakan bahwa organisasi yang baik komunikasinya akan menjamin kepuasan kerja anggotanya, karena kepuasan kerja ini banyak ditentukan oleh faktor-faktor lain, tidak hanya oleh faktor komunikasi. Tetapi sungguhpun demikian untuk mengatasi rasa ketidakpuasan kerja dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang cukup kepada karyawan sehingga mereka dapat melakukan pekerjaannya dengan baik dan merasa puas dengan hasil yang dilakukannya. Hubungan komunikasi sesama teman yang kurang baik mungkin dapat diatasi dengan jalan mengadakan kesempatan bersilaturahmi secara rutin di antara sesama anggota organisasi sehingga satu sama lain dapat saling kenal dengan baik dan senang bergaul sesamanya.

#### 4. Pendekatan Individual

Pendekatan individual berusaha kepada tingkah laku komunikasi individual dalam organisasi. Semua tugas-tugas yang telah diuraikan pada kedua pendekatan yang terdahulu akhirnya diselesaikan oleh komunikasi individual satu sama lainnya. Komunikasi individual ini ada beberapa bentuknya diantaranya berbicara dalam kelompok kerja, mengunjungi dan berinteraksi dalam rapat, menulis dan mengonsep surat, memperdebatkan suatu usulan dan sebagainya.

##### a. Berbicara pada Kelompok

Kerja Kerja kelompok adalah pusat efektifnya kerja organisasi. Oleh karena itu seseorang harus mempunyai keterampilan berkomunikasi dengan orang lain untuk mendapatkan dan memberikan informasi yang diperlukan dalam melakukan tugas kelompok. Berbicara terhadap kelompok kerja ini dapat

dilakukan oleh seorang anggota kelompok, seorang supervisor atau anggota kelompok lainnya.

#### b. Menghadiri dan Berinteraksi dalam Rapat-rapat

Rapat adalah satu cara kehidupan organisasi yang umum. Oleh karena itu seorang anggota organisasi harus terampil dalam interaksi yang mencakup keterampilan memberikan informasi bila diperlukan atau untuk membujuk anggota lain untuk menerima usulan dan mengarahkan rapat bila diperlukan.

#### c. Menulis

Organisasi banyak memerlukan materi cetak dan tertulis. Materi ini diantaranya didistribusikan dalam organisasi untuk luar organisasi. Tiap lembaran dari materi tersebut dilakukan oleh anggota organisasi yang khusus bertugas untuk itu yang biasa kita sebut sebagai pegawai tata usaha. Pegawai inilah yang terutama sekali dituntut mempunyai keterampilan dalam menulis dan mengetik. Di samping itu juga diperlukan keterampilan mengonsep surat untuk kepentingan organisasi. Mengonsep surat menghendaki keterampilan berkomunikasi tertentu.

#### d. Berdebat untuk Suatu Usulan

Di dalam organisasi keputusan penting dibuat dalam rapat-rapat kecil dimana orang saling berdebat satu sama lain sebelum memilih satu tindakan tertentu. Orang dalam organisasi harus membuat suatu usulan atau program baru mengenai aktivitas yang akan dilakukan. Agar usulan ini berhasil atau dapat diterima orang perlu keterampilan berkomunikasi untuk meyakinkan dan membujuk orang lain untuk menerima usulan atau programnya.

### 5. Rangkuman

Komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu komunikasi yang bersumber dari kata *communis*, yang berarti sama makna dan sama rasa mengenai suatu hal. Para ahli juga menyejajarkan asal kata komunikasi, yaitu *Communicare* yang dalam bahasa Latin mempunyai arti, atau berasal dari kata *communes* yang berarti sama = common. Disadari atau tidak komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia. Urgensitas komunikasi pada satu sisi menjelma menjadi prasyarat keberadaan dari keberadaan manusia sebagai makhluk sosial. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia dapat dipastikan akan "tersesat" dan karena tidak berkesempatan menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Lambang-lambang yang dipergunakan dalam proses komunikasi harus menyentuh dan dapat dimaknai oleh kedua belah pihak sehingga jauh dari salah interpretasi. Ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi bersifat informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit untuk komunikasi informatif. Komunikasi dapat terjadi pada semua tingkat pengalaman manusia dan merupakan cara terbaik untuk memahami perilaku manusia dalam perubahan perilaku individu, komunitas, organisasi, dan umumnya. Komunikasi interaksi terjadi karena adanya proses atau pertukaran informasi antara satu individu dan individu lainnya atau satu kelompok dan kelompok lainnya yang akhirnya menciptakan umpan balik atau umpan balik. Untuk melihat komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat digunakan tiga pendekatan yaitu pendekatan makro, mikro, dan individual. Masing-masing dari pendekatan ini akan dijelaskan berikut ini.

## 6. Latihan

1. Jelaskan menurut saudara tentang Komunikasi Organisasi!
2. Apa fungsi komunikasi bagi manusia?
3. Sebutkan dan jelaskan unsur-unsur yang terdapat di dalam berkomunikasi!

4. Sebutkan dan jelaskan perspektif dalam komunikasi!
5. Jelaskan 3 menurut para ahli mengenai karakter dalam komunikasi !
6. Sebutkan dan jelaskan tiga komunikasi organisasi !
7. Jelaskan pendapat saudara tentang pengaruh komunikasi terhadap perilaku organisasi!
8. Gambar dan jelaskan alur dalam Proses komunikasi secara langsung!
9. Sebutkan dan jelaskan konsep kunci pada proses komunikasi organisasi!
10. Sebutkan pendekatan komunikasi di dalam suatu organisasi!

#### Daftar Pustaka

Budyana, Muhammad. dan Ganiem, Leila. 2011. Jakarta. Kencana

Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung. CV Pustaka Setia

