

INTERAKSI KOMUNIKASI ORGANISASI

¹Nazar Nasution, ²Riadhoh Amalia, ²Raja Ali Dai

STAIN MADINA 2022

nasarnasution03@gmail.com Riadhohpyb@gmail.com
rajaalidailubisali@gmail.com

Abstrak

Pengkajian terhadap komunikasi organisasi memiliki arti penting mengingat bahwa komunikasi organisasi merupakan kajian yang akan memberikan manfaat tidak hanya bagi siapa saja yang ingin memahami perilaku organisasi secara lebih baik, tetapi juga memiliki aspek pragmatis bagi orang-orang yang ingin memperbaiki kinerjanya sebagai peserta atau anggota suatu organisasi. Studi komunikasi organisasi dapat memberikan landasan kuat bagi karier dalam manajemen, pengembangan sumber daya manusia, dan komunikasi perusahaan, serta tugas-tugas lainnya yang berorientasikan kepada manusia dalam organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk komunikasi formal dan informal, serta bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok, dan komunikasi publik. Melalui pendekatan dan pemahaman interaksi di dalam komunikasi organisasi, kita dapat lebih meningkatkan kinerja, prestasi, dan meraih tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Kata Kunci : *Komunikasi, Interaksi Dan Organisasi*

PENDAHULUAN

Komunikasi efektif akan menciptakan hubungan kerja organisasi yang sehat dan terbuka. Hal ini penting guna memusatkan kreativitas dan dedikasi para pengurus organisasi. Oleh karena itu dalam sebuah organisasi dibutuhkan komunikasi yang efektif. Efektifitas adalah melakukan tugas yang benar sedangkan efisiensi adalah melakukan tugas dengan benar. Penyelesaian yang efektif belum tentu efisien begitu juga sebaliknya. Yang efektif bisa saja membutuhkan sumber daya yang sangat besar sedangkan yang efisien barangkali memakan waktu yang lama. Sehingga sebisa mungkin efektivitas dan efisiensi bisa mencapai tingkat optimum untuk keduanya.

Saat berkomunikasi, manusia saling berbagi pengertian untuk istilah-istilah dan tindakantindakan tertentu serta memahami kejadian-kejadian dengan cara-cara tertentu. Hal inilah yang kemudian dipilah dan dijadikan seseorang sebagai nilai yang dianut atau karakter diri. Sebagai makhluk sosial, setiap manusia senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya, bahkan cenderung hidup berkelompok atau berorganisasi untuk mencapai tujuan bersama yang tidak mungkin dicapai bila ia sendiri. Interaksi dan kerja sama ini akan terus berkembang dengan teratur sehingga membentuk wadah yang disebut dengan organisasi. Interaksi atau hubungan antar individu - individu dan kelompok/tim dalam setiap organisasi akan memunculkan harapan-harapan. Harapan ini kemudian akan menimbulkan peranan - peranan tertentu yang harus diemban oleh masing-masing individu untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi/ kelompok. Sebuah organisasi memang dibentuk sebagai wadah yang didalamnya berkumpul sejumlah orang yang menjalankan serangkaian aktivitas tertentu secara teratur guna tercapainya tujuan yang telah disepakati bersama. Terlebih dalam kehidupan masyarakat modern, manusia merasa bahwa selain mengatur dirinya sendiri, ia juga perlu mengatur lingkungannya,

memelihara ketertiban, mengelola dan mengontrolnya lewat serangkaian aktifitas yang kita kenal dengan manajemen dan organisasi. William (1956) menyebutnya dengan istilah “The Organisation Man”. Dalam setiap organisasi yang diisi oleh sumber daya manusia, ada yang berperan sebagai pemimpin, dan sebagian besar lainnya berperan sebagai anggota/karyawan. Semua orang yang terlibat dalam organisasi tersebut akan melakukan komunikasi. Tidak ada organisasi tanpa komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian integral dari organisasi. Komunikasi ibarat sistem yang menghubungkan antar orang, antar bagian dalam organisasi, atau sebagai aliran yang mampu membangkitkan kinerja orang-orang yang terlibat di dalam organisasi tersebut. Efektivitas organisasi terletak pada efektivitas Komunikasi, sebab komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan penerima informasi pada semua tingkatan/level dalam organisasi. Selain itu komunikasi juga berperan untuk membangun iklim organisasi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efisiensi dan produktivitas organisasi.

METODE

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian pustaka (*Library Research*). Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari bukubuku dan jurnal baik secara offline di perpustakaan dan secara online yang bersumber dari Scholar Google dan media online lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hakekat Komunikasi dalam Organisasi

Kalau berbicara tentang komunikasi organisasi maka yang tergambar dalam diri seseorang adalah hal-hal yang berkaitan dengan peranan dan status dari setiap orang dalam organisasi, karena peranan dan status seseorang menentukan pula cara bagaimana berkomunikasi dengan orang lain juga cara bagaimana berkomunikasi dengannya, karenanya seorang yang baik yaitu orang yang selalu menghubungkan peran dan status dengan pekerjaan. Dalam masyarakat modern orang mengenali seseorang karena dia memiliki peran dan status yang beragam. Di dalam organisasi keragaman itu dilihat melalui pembagi kerja dimana setiap orang akan bekerja menurut bakat dan kemampuan sehingga dia bertanggungjawab atas pekerjaan itu. Ketika jumlah atau jenis pekerjaan semakin banyak palagi beragam maka dibutuhkan jalinan antara jenis-jenis pekerjaan yang berbeda-beda, jalinan antara seorang pemimpin dengan bawahan atau antara kalangan pemimpin yang pada akhirnya membentuk sebuah kekuatan besarsinergis untuk menghasilkan keluaran yang lebih berkualitas. Pada tahap ini diutamakan komunikasi. Komunikasi organisasi sering pula diartikan sebagai perilaku pengorganisasian (*organizing behavior*) yakni bagaimana seorang bawahan terlibat dalam proses bertransaksi dan memberikan makna atas apa yang sedang terjadi. Karena itu ketika organisasi dianggap sekedar sekumpulan orang yang berinteraksi maka komunikasi hanya berfungsi sebagai organisasi; dia adalah organisasi itu sendiri. Jadi komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang memungkinkan kehidupan organisasi, pakah kata-kata, gagasan-gagasan dan konstruk yang mendorong mengesahkan, mengkoordinasikan, dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi spesifik.

Tulisan atau apapun yang berkaitan dengan komunikasi organisasi selalu mempertimbangkan dua konsep utama, yakni organisasi dan komunikasi. Suatu organisasi dapat didekati sebagai suatu obyek yang menyenangkan dan menarik, namun ada yang mungkin sekali memandang organisasi sebagai sebuah penindasan. Sikap

menyenangkan atau menindas itu sebenarnya sangat tergantung dari pemahaman dan praktek interaksi, relasi dan transaksi yang terjadi antar manusia dalam organisasi, itulah yang disebut komunikasi organisasi. Jadi kedudukan komunikasi dalam organisasi sebenarnya menekankan pada bagaimana suatu organisasi dikonstruksi dan dipelihara lewat proses komunikasi. Dengan demikian komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan orang-orang melainkan sebuah penjelasan teoritis atas praktek komunikasi dalam organisasi yang melayani kebersamaan baik dalam organisasi maupun melayani orang lain yang membutuhkan organisasi. Dengan kata lain keberadaan komunikasi dalam organisasi membuat seseorang mampu membedakan dua hal yaitu: pertama, menunjukkan bagaimana para anggota bekerja sebagai seorang organisatoris; dan kedua, bagaimana operasi jaringan kerja yang mengaitkan mereka satu sama lain. Dalam perspektif seperti ini maka komunikasi itu penting dalam organisasi, 1). Komunikasi adalah jalan, melalui komunikasi orang-orang mencari informasi dan mengembangkan sejumlah kriteria untuk mendapatkan pekerjaan bagi mereka; 2). Komunikasi merupakan proses bagi mereka dalam menentukan sebuah pilihan yang praktis.

Pentingnya Kajian Terhadap Komunikasi Organisasi

Pengkajian terhadap komunikasi organisasi memiliki arti penting mengingat bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu disiplin studi yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat. Dalam arti pengkajian akan memberikan manfaat tidak hanya bagi siapa saja yang ingin memahami perilaku organisasi secara lebih baik, tetapi juga memiliki aspek pragmatis bagi orang-orang yang ingin memperbaiki kinerjanya sebagai peserta/anggota suatu organisasi. Studi komunikasi organisasi dapat memberikan landasan kuat bagi karier dalam manajemen, pengembangan sumber daya manusia, dan komunikasi perusahaan, serta tugas-tugas lainnya yang berorientasikan kepada manusia dalam organisasi.

Format Interaksi Komunikasi

Komunikasi Interpersonal Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang yang terlibat komunikasi, menjadi bertambahlah persepsi orang dalam kejadian komunikasi sehingga bertambah komplekslah komunikasi tersebut.

1. Klasifikasi Komunikasi interpersonal
 - Interaksi intim; dalam organisasi, hubungan ini dikembangkan dalam sistem komunikasi informal. Misalnya hubungan yang terlihat antara kedua orang teman baik dalam organisasi, yang mempunyai interaksi personal mungkin diluar peranan dan fungsinya di organisasi.
 - a. Percakapan Sosial yaitu interaksi untuk menyenangkan seorang secara sederhana dengan sedikit berbicara. Jika dua orang atau lebih bersama-sama dan berbicara tentang perhatian, minat di luar organisasi seperti famili, sport, isu politik.
 - b. Interogasi atau Pemeriksaan yaitu interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menurut informasi daripada yang lain.
 - c. Wawancara Adalah suatu bentuk komunikasi interpersonal dimana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab.
2. Tujuan Komunikasi Interpersonal
 - a. Menemukan diri sendiri

- b. Menemukan dunia luar
 - c. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti
 - d. Berubah sikap dan tingkah laku - Untuk bermain dan kesenangan
3. Hubungan Interpersonal yang efektif
- Menurut Rogert hubungan interpersonal akan terjadi secara efektif apabila kedua belah pihak memenuhi kondisi :
- a. bertemu satu sama lain secara personal
 - b. empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti
 - c. menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan
 - d. menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh-sungguh, bersikap menerima dari empati satu sama lain.
 - e. Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan gangguan arti.
 - f. Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap yang lain.

Komunikasi Interpersonal

Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (relationship). Organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Jika sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain. Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Tetapi tidak semua pola dan sifat hubungan dalam organisasi berdasarkan pada jabatan dan peranan. Setiap anggota atau individu di dalam organisasi juga bertindak dan berkomunikasi dengan tanpa mengindahkan jabatan dan peranan mereka secara resmi, sehingga menciptakan jalinan komunikasi dan struktur yang bersifat informal yang diwarnai oleh sifat hubungan antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang, seperti dua sejawat atau dua rekan kerja, dua sahabat, atasan – bawahan, dll. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang dalam situasi tatap muka. Pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan secara verbal ataupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif dll. Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antar komunikator dengan komunikan, dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang.

Sedangkan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut. Komunikasi interpersonal meliputi perilaku verbal dan nonverbal.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dan diungkapkan dalam bentuk verbal dan nonverbal. Hal ini mencakup isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan atau diungkapkan. Komunikasi interpersonal meliputi

komunikasi berdasarkan perilaku spontan, perilaku menurut kebiasaan, perilaku menurut kesadaran atau kombinasi ketiganya. Komunikasi interpersonal tidaklah statis tetapi berkembang. Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berkembang, yang berbeda-beda tergantung dari tingkat hubungan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, pesan yang dikomunikasikan dan cara pesan itu dikomunikasikan. Komunikasi interpersonal mencakup umpan balik pribadi, interaksi, dan kohesi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang memungkinkan terjadinya timbal balik. Dalam komunikasi ini terjadi interaksi diantara pengirim dan penerima pesan, yang satu mempengaruhi yang lain. Pengaruh itu terjadi pada tataran kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan behavior (perilaku). Komunikasi interpersonal berpedoman pada aturan intrinsik. Peraturan intrinsik adalah peraturan yang dikembangkan oleh masyarakat untuk mengatur cara orang harus berkomunikasi satu sama lain. Sedangkan peraturan ekstrinsik adalah peraturan yang ditetapkan oleh situasi.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu aktivitas. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal mencakup persuasi. Komunikasi interpersonal berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat, dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas bersama.

Komunikasi interpersonal dapat dipergunakan untuk berbagai macam tujuan. Devito menyatakan bahwa semua orang yang terlibat di dalam komunikasi interpersonal memiliki tujuan yang bermacam-macam, seperti: untuk mengenal diri sendiri dan orang lain, untuk mengetahui dunia luar, untuk menciptakan dan memelihara hubungan, untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, untuk bermain dan mencari hiburan, dan untuk membantu. Komunikasi interpersonal menjadi sarana untuk membicarakan diri kita sendiri, sehingga melalui komunikasi interpersonal kita belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain, juga dapat membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain, sehingga kita dapat memberi tanggapan secara tepat terhadap tindakan orang lain.

Dalam hidup seseorang perlu untuk bersosialisasi dan menciptakan serta memelihara hubungan dekat dengan orang lain, oleh karena itu, kita banyak menggunakan waktu untuk berkomunikasi antarpribadi yang bertujuan untuk memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Begitu juga untuk bisa mengubah sikap dan perilaku orang lain dengan upaya-upaya yang bersifat persuasif, maka digunakan juga komunikasi interpersonal ini untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis lebih baik daripada secara monologis. Dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal yang menunjukkan terjadinya interaksi.⁶ Untuk dapat mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan, diperlukan komunikasi yang baik agar komunikasi dapat berjalan efektif.

Menurut Devito karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal ini dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni: Sudut pandang humanistik Sudut pandang ini menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan. Pandangan ini dimulai dengan pandangan umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan antarmanusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif). Sudut pandang pragmatis Sudut pandang ini menekankan pada manajemen dan

kesegaran interaksi, secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Pandangan ini berawal dari keterampilan spesifik, yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi interpersonal, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam kelas-kelas perilaku umum. (misalnya: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, pemantauan diri, daya ekspresi, orientasi kepada orang lain). Sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan Sudut pandang ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan.

Sudut pandang tersebut tidaklah terpisah tetapi saling melengkapi. Masing-masing sudut pandang akan membantu dalam memahami efektivitas komunikasi interpersonal. Adanya komunikasi interpersonal yang memotivasi, dalam penerapannya berjalan seiring dengan usaha dari masing-masing individu untuk mencapai apa yang ingin dicapai. Efektivitas komunikasi pada konteks komunikasi interpersonal terletak pada kualitas hubungan antar anggota organisasi. Adapun hal yang dapat dipahami bahwa dalam melakukan proses komunikasi interpersonal yang paling penting adalah: Pesan atau informasi itu disampaikan apa adanya, jujur, dan terbuka agar komunikasi dapat memberikan respons yang lengkap, sehingga komunikator akan mengambil keputusan untuk memberikan respons yang tepat dan lengkap pula. Berikan waktu seluas-luasnya kepada komunikasi untuk menyampaikan pendapatnya. Jangan sekali-kali memotong pembicaraan seseorang sebelum ia selesai mengungkapkan pendapatnya. Fokuskan perhatian dan perasaan pada tema pembicaraan. Hindarkan sikap acuh tak acuh, menyepelekan orang, dan menganggap rendah komunikasi. Tumbuhkan saling percaya dan saling bergantung, bahwa kita orang baik dan dia juga orang baik. Perhatikan perilaku nonverbal, seperti tatapan mata yang menyenangkan, senyuman, mimik muka yang bersahabat. Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi.

Dalam berkomunikasi harus ada keterbukaan, kejujuran, kepercayaan dan empati. Dalam prakteknya, perubahan sikap dan tingkah laku dari proses komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dapat berbentuk terwujudnya suatu sikap yang diharapkan muncul dari diri karyawan, yaitu motivasi kerja yang tinggi. Komunikasi interpersonal bisa mempengaruhi iklim komunikasi. Iklim komunikasi dan organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi tingkah laku karyawan. Ada beberapa pengertian tentang iklim organisasi, yaitu: Tagiuri mendefinisikan iklim organisasi sebagai kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat diuraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karaktersitik tertentu dari lingkungan.

SIMPULAN

R Wayne Pace & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Deddy Mulyana, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000

Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2006

Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007

Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002

Onong Uchyana Efeendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000

Paul Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga

Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007

Abdullah Masnuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang: UMM Press, 2008

Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas, Cet. III*, Bandung: Armico, 1994.

Beckhard, Richard. Alih Bahasa Ali Saifullah. *Pengembangan Organisasi (Strategi dan Model)*. Surabaya: Penerbit Usaha Nasional. 1981.

Cushway, Barry and Derej Logde, *Organisational Behavior and Design, (Perilaku dan Desain organisasi) alih bahasa*, Sularno Tjiptowardojo, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1995.

Effendy, Onong Uchyana. *Ilmu Teori dan Falsafat Komunikasi* . Cet. II, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993.

Liliweri, Alo. *Sosiologi Organisasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1997.