

KOMUNIKASI ORGANISASI

*Siti Nurina Hakim**

Komunikasi merupakan darah dalam kehidupan suatu organisasi. Komunikasi merupakan suatu kunci yang sangat berarti agar individu dapat memahami peranannya dalam organisasi dan memahami peranan-peranan organisasi. Komunikasi ini pulalah yang akan memadukan sub-sub unit organisasi

Kata kunci: komunikasi - perilaku kerja

Pendahuluan

Dalam menghadapi pasar bebas AFTA tahun 2003 nanti, tuntutan untuk mampu berkomunikasi dengan orang lain dari berbagai negara dan dengan berbagai latar belakang budaya merupakan suatu kebutuhan dan tuntutan yang mutlak bagi individu yang menginginkan untuk berkembang dan tidak ingin terlindas serta tertinggal dalam pasar bebas tersebut.

Kata komunikasi memang sering kita dengar, tetapi ketrampilan berkomunikasi antar negara dan antar budaya tidaklah sederhana seperti kata komunikasi itu sendiri. Negosiasi bisnis bisa menjadi gagal gara-gara ketidakmampuan berkomunikasi, apa yang kita inginkan menjadi tidak terpenuhi akibat tidak pandainya mengkomunikasikan apa yang kita inginkan. Ketrampilan berkomunikasi, terutama yang berkaitan dengan organisasi (baca: perusahaan), merupakan syarat yang tidak bisa diremehkan. Ketrampilan ini menuntut luasnya cakupan wawasan pribadi,

budaya, dan sensitivitas terhadap keadaan setempat (Goleman, 1999).

Kebutuhan komunikasi dalam suatu organisasi itu ada terbentang sejak dari berdirinya, seleksi karyawannya, pencarian partner kerja, sampai ke pengembangan (usaha). Sangatlah sulit mencari salah satu aspek pekerjaan yang tidak berkaitan dengan komunikasi.

Definisi Komunikasi

Komunikasi, secara singkat bisa didefinisikan sebagai pertukaran informasi antara pengirim dan penerima (Siahaan, 1991) dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal (Gibson, dkk. 1997). Dalam suatu organisasi, komunikasi paling sedikit bisa terjadi dalam tiga tingkatan utama, yaitu:

1. **Komunikasi Interpersonal**, dimana bentuknya bisa terjadi dalam komunikasi antara pimpinan dengan pimpinan, pimpinan dengan bawahan, bawahan dengan bawahan.
2. **Komunikasi Intra-Organisasi**, dimana bentuknya bisa terjadi antara kelompok-kelompok atau sub-sub unit dalam organisasi tersebut, komunikasi antar bagian dalam satu perusahaan.

*Siti Nurina Hakim adalah alumni Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta. Staf Pengajar Tetap Fakultas Psikologi UMS Surakarta

3. **Komunikasi Inter-Organisasi**, yaitu komunikasi yang terjadi antara organisasi satu dengan organisasi lainnya.

Ketiga tingkatan komunikasi di atas menuntut perlunya mempertimbangkan faktor pemahaman secara menyeluruh kepada siapa kita melakukan komunikasi itu, karena apabila tidak maka apa yang kita harapkan dari adanya komunikasi tidak akan terwujud (Triandis, 1994).

Pada komunikasi interpersonal dan komunikasi intra-organisasi, haruslah memungkinkan terjadinya komunikasi ke empat arah yang berbeda, yaitu ke bawah (downward communication), ke atas (upward communication), horizontal (horizontal communication), dan diagonal (diagonal communication) (Gibson, dkk. 1990).

Tujuan-tujuan Komunikasi

Komunikasi organisasi mempunyai banyak tujuan. Komunikasi ini dilibatkan dalam banyak proses yang terjadi dalam suatu organisasi, seperti kepemimpinan, pengontrolan, perencanaan, pengambilan keputusan, penilaian kerja, dlsb. Secara garis besar, ada empat macam fungsi komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Scott & Mitchell (1976), yaitu:

1. Sebagai kontrol untuk mempelajari kewajiban-kewajiban dan menetapkan otoritas dan tanggung jawab individu.
2. Sebagai sarana menginformasikan dasar-dasar pengambilan keputusan.
3. Sebagai sarana untuk memotivasi jalinan kerjasama dan kemitraan organisasi.
4. Sebagai penyaluran emosi untuk mengemukakan perasaan-perasaan.

Model Komunikasi

Lima komponen utama dalam proses komunikasi yang selama ini kita kenal

berupa sumber, pesan, saluran/media, dan penerima seperti yang ditunjukkan pada model komunikasi S-M-C-R (Berke, 1960) ditambah dengan adanya *feedback* (Gibson, dkk. 1997). Model S-M-C-R merupakan cara yang bermanfaat untuk memahami proses komunikasi, merupakan pengembangan model yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver (1948) dan Schramm (1953) (dalam Gibson, dkk. 1990).

1. **Sumber (*source*)**, merupakan asal pesan / informasi, bisa individual maupun institusi / organisasi
2. **Pesan (*message*)**, merupakan stimulus, gagasan, ide-ide yang ditransformasikan oleh sumber kepada penerimanya
3. **Saluran (*channel*)**, merupakan alat yang menjadikan suatu pesan bisa sampai kepada penerimanya
4. **Penerima (*receptor*)**, yaitu yang menerima pesan itu, bisa individu bisa kelompok
5. **Feedback**, proses komunikasi satu arah tidak memungkinkan adanya balikan dari penerima ke komunikator. Hal itu bisa menyebabkan terjadinya penyimpangan pesan yang dikehendaki dengan yang diterima.

Dalam suatu komunikasi pasti akan terdapat suatu efek/pengaruh yang berupa perubahan dalam perilaku penerima yang muncul sebagai hasil dari transformasi pesan tadi, sebaliknya juga akan terjadi *feedback* yang berupa tanggapan oleh penerima atas pesan yang berasal dari sumber.

Kegagalan-kegagalan untuk berkomunikasi dapat disebabkan oleh terhambatnya salah satu bagian itu atau keseluruhannya. Penyebab terjadinya kegagalan komunikasi lainnya, umumnya disebabkan oleh:

1. **Perbedaan Kerangka Acuan**, komunikasi yang sama sangat mungkin di-

tafsirkan dengan cara yang berlainan oleh si penerima tergantung pada pengalaman mereka sebelumnya.

2. **Kredibilitas Sumber**, berupa kepercayaan keyakinan, dan pengakuan penerima terhadap perkataan dan tindakan komunikator, yang pada akhirnya akan mempengaruhi pandangan dan reaksi si penerima.
3. **Penyaringan**, kondisi yang bisa terjadi pada pola komunikasi ke atas dengan melakukan "manipulasi" informasi, atau bawahan "menutup-nutupi" informasi yang kurang disukai.
4. **Bahasa**, banyak terjadi hambatan dan keterbatasan apabila ada dua orang yang mempunyai dua bahasa yang berbeda hendak melakukan interaksi.
5. **Aspek Pragmatis**, termasuk dalam hal ini adalah aspek non verbal suatu bahasa dan juga emblem. Hal-hal yang berkaitan dengan aspek pragmatis ini adalah tingkat kesopanan, gaya komunikasi, bagaimana cara menjawab, atau cara memberi pujian (Blum-Kulka, House & Kasper, 1988).
6. **Kepiawaian Komunikasi**, berkaitan dengan keefektifan berkomunikasi antar budaya. Kepingiawaian ini oleh Kealy & Ruben (1983) agar bisa tercapai harus didukung dengan:
 - a). Ciri kepribadian, seperti kejujuran, empati, rasa hormat dan keluwesan
 - b). Variabel situasional, meliputi kemampuan memilih bahasa yang sesuai, kondisi kerja, kondisi kesehatan, dan kondisi politik
 - c). Partisipasi sosial, seperti kepercayaan dan dukungan masyarakat
 - d). Kemampuan bahasa lokal
 - e). Apresiasi terhadap adat istiadat (dalam Triandis, 1994)

Komunikasi dalam Perilaku Kerja

Seperti telah disebutkan tadi, bahwa komunikasi sangat berperan dalam suatu organisasi. Banyak aspek perilaku kerja yang ditentukan oleh komunikasi organisasi, diantaranya adalah:

1. **Seleksi**

Kemampuan berkomunikasi seorang pelamar akan memberikan kesan yang dalam dan penting dalam proses seleksi personal. Para pelamar, apabila kemampuan komunikasi tertulis (sebagai instrumen seleksi awal) sangat rendah akan ditolak. Ketidakmampuan mengungkapkan secara tertulis secara apa yang diinginkan, apa harapannya, apa kelebihanannya, dlsb. akan memberikan penilaian yang buruk bagi si pelamar.

2. **Penampilan Kerja**

Pada beberapa jenis pekerjaan, kemampuan melakukan komunikasi secara tertulis maupun lisan sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan kerja. Ada jenis-jenis pekerjaan yang memang membutuhkan ketrampilan berkomunikasi tinggi pada lisan saja, sedang jenis pekerjaan yang lain menuntut ketrampilan berkomunikasi tertulis yang tinggi, tetapi untuk bisa mencapai tingkat pemimpin dibutuhkan kedua ketrampilan berkomunikasi lisan dan tulisan. Sehingga bisa dikatakan komunikasi adalah dimensi yang dominan, karena tidak ada jenis pekerjaan yang tidak melibatkan komunikasi.

Komunikasi secara lisan merupakan kemampuan yang berkaitan erat dengan penampilan kerja. Menurut Willex (1959), jika seseorang tidak bisa memahami komunikasi tulisan, maka dia bisa membacanya berulang-ulang sampai mengerti atau bisa mengkon-

sultasikannya pada orang lain, tetapi untuk komunikasi lisan ini, apabila tidak pandai-pandai mengatur strategi susunan kata yang dipergunakan akan hilang begitu saja segera setelah diucapkan oleh si pembicaranya.

3. **Negosiasi**

Terutama hal ini berkaitan dengan negosiasi yang sifatnya internasional, dimana diperlukan suatu usaha untuk memahami dan mengetahui budaya negara lain, karena banyak sekali perdagangan, bisnis dan kerjasama antar negara yang mempunyai perbedaan budaya sehingga tidak terjadi miskomunikasi antara duta negara yang satu dengan duta negara yang lain.

Bisa digambarkan perbedaan budaya mengenai hal ini adalah budaya Amerika dengan budaya Jepang, dimana pada budaya Amerika mengharuskan berpakaian rapi dan meletakkan kaki di meja adalah hal yang biasa sedangkan budaya Jepang memiliki budaya yang dikenal dengan *amae & haragei* (komunikasi dengan hati) (Binnendijk, 1987).

4. **Training**

Komunikasi ini dirasakan penting juga dalam mengembangkan dan mengimplementasikan program training. Tujuan-tujuan dan program haruslah dijelaskan secara tuntas bersama-sama dengan penyampaian isi training. Jika pekerja tidak memahami pesan itu, mereka akan memiliki kesempatan yang sangat terbatas untuk mempelajari ketrampilan-ketrampilan itu.

5. **Iklm Organisasi**

Suasana organisasi merupakan kombinasi atas persepsi masing-masing individu. Salah satu hal yang berkaitan dengan suasana organisasi ini adalah komunikasi organisasi. Suatu proses

komunikasi organisasi yang baik akan menunjang terbentuknya iklim organisasi yang baik pula, yang bisa menjadikan kenyamanan dalam bekerja sehingga pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja individu.

Penutup

Dalam suatu organisasi, setiap individu pasti mempunyai peran, tugas, dan tujuan memasuki organisasi tersebut. Bagaimana hal tersebut bisa dimengerti dan dijalankan dengan baik perlu suatu bentuk komunikasi yang baik pula. Komunikasi organisasi yang baik perlu mempertimbangkan banyak hal yang meliputi tingkat komunikasi mana yang sedang kita jalankan, apa tujuan kita melakukan komunikasi itu, apa peran kita dalam proses komunikasi itu, siapa yang kita ajak berkomunikasi, dari negara dan atau budaya mana dia berasal, serta hambatan apa yang ada pada diri kita, sudah kita atasi atau belum.

Selain itu peran ketrampilan melakukan komunikasi organisasi sangat menentukan dalam segala perputaran aktivitas organisasi. Komunikasi merupakan salah satu proses vital yang menjiwai struktur organisasi. Dalam pekerjaan organisasi, komunikasi tidak dapat dielakkan. Tujuan dan kelangsungan hidup suatu organisasi bisa maju atau tidak tergantung dari ketrampilan komunikasi organisasinya. Komunikasi organisasi yang baik akan menjadikan suksesnya suatu organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly Jr., J.H. 1990. *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Jilid 2. Edisi kelima. Terjemahan. Jakarta. Penerbit Erlangga. Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly Jr., J.H. 1997.

- , 1997. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. 9th Ed. Richard D. Irwin Times Mirror Higher Education Group, Inc. Co.
- Goleman, D. 1999. *Kecerdasan Emosi untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hui, H. And Luk, C.L. 1997. *Industrial/Organizational Psychology. Dalam: Handbook of Cross Cultural Psychology. 2nd Ed. Vol. 3: Social Behavior and Applications*. Berry, J.W., Segall, M.H., and Kagitcibasi, C. 1997. Allyn & Bacon.
- Matsumoto, D. 1996. *Culture and Psychology*. Pasific Grove: Brooks/Cole.
- Rakhmat, J. 1986. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung. Remadja Karya.
- Siahaan, 1991. *Komunikasi, Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta. BPK Gunung Mulia.
- Triandis, H.C. 1994. *Culture and Social Behavior*. McGraw-Hill. Inc.