

INTERAKSI KOMUNIKASI ORGANISASI

Nina Siti Salmaniah Siregar

Staf Pengajar Kopertis Wilayah I Dpk Universitas Medan Area
email : ninasalmaniah@yahoo.com

Abstract

Organizational communication is a study that will provide benefits not only for anyone who wants to understand better the behavior of the organization, but it also has a pragmatic aspect for people who want to assert performance as a participant or member of an organization . The study of organizational communication can provide a strong foundation for a career in management, human resource development, and corporate communications, as well as other tasks oriented to people within the organization. Communication involves the organization of formal and informal forms of communication, and other forms of interpersonal communication and group communication, and public communication. Approach and understanding of the interaction in organizational communication, we can further improve the performance, achievement, and achieve goals that have been set together.

Keywords: communication, interaction and organization

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

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.

PEMBAHASAN

Pengertian Komunikasi Organisasi

Pemahaman terhadap komunikasi organisasi tidak terlepas dari kaitannya dengan berbagai aspek lainnya dari perilaku organisasi secara keseluruhan, maupun bila dilihat secara lebih luas lagi yaitu dalam kaitannya dengan pengkajian antar disiplin ilmu, khususnya ilmu komunikasi. Perilaku organisasi bertalian dengan bagaimana dan mengapa orang-orang berindak, berpikir dan merasa dalam suatu peraturan organisasi (Paul D. Sweeney & Dean B. Mc Farlin, 2002 : 3). Untuk dapat lebih memahami komunikasi organisasi. Kita harus merujuk kepada berbagai pengertian komunikasi dan organisasi yang akan di uraikan dalam bagian berikut :

1. Komunikasi

Istilah komunikasi mengandung makna yang bersal dari basa latin "*communication*" yang berarti pemberitahuan, pemberian bagian, pertukaran, dimana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawqaban dari pendengarnya. Kata sifatnya adala *communis* yang artinya bersifat umum atau bersama-sama. Kata kerjanya adalah *communicare* artinya berdialog, berunding atau bermusyawarah (Anwar Arifin, 1994 : 24). Komunikasi merupakan proses yang secara umum

digunakan manusia dalam melakukan interaksi social.

Pada dasarnya memiliki pengertian yang begitu luas, baik sebagai suatu ilmu yang tersendiri maupun sebagai proses. Terdapat berbagai definisi mengenai komunikasi, Carl I. Hovland mengemukakan sebagai berikut: komunikasi adalah proses dimana seseorang/ komunikator menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lain/komunikasikan (Onong Uchyana Effendy, 1993 : 24). Kemudian Shimp (1993; 8) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses untuk menciptakan atau menimbulkan kesamaan pemikiran antara yang memberikan tanda dengan yang menerima tanda. Definisi Shimp ini lebih menekankan pada proses komunikasi yang bertujuan pada terciptanya suatu persamaan pemikiran atau pendapat pada interaksi yang terjadi (Terence A. Shimp, 1993 : 8).

Pace & Faules (2001; 28) mengemukakan bahwa komunikasi dapat dibedakan dengan semua perilaku manusia dan organisasi lainnya karena ia melibatkan proses mental memahami orang, objek dan peristiwa. Dua bentuk umum tindakan yang merupakan komunikasi yang menekankan pada ; 1) penciptaan pesan atau, lebih tepatnya penciptaan pertunjukkan, dan 2) penafsiran pesan atau penafsiran pertunjukan (R. Wayne Pace & Don F. Daules, Deddy Mauliyana). Harold D. Lasswell menjelaskan komunikasi sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan : *Who, Say, What, In which channel, To whom, With what effect?* Kalimat ini kemudia

dikenal sebagai formula Lasswell (Effendy, 256). Dari apa yang dikemukakan Lasswell tersebut pada intinya mencakup unsure-unsur dari komunikasi, yaitu adanya; komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, komunikan/ audiens, dan efek. Secara sederhana dapatlah diartikan bahwa komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dengan tujuan menyamakan makna dari seseorang/lembaga (komunikator) kepada orang lain/audiens (komunikasikan).

2. Organisasi

Salah satu hal terpenting dalam memahami komunikasi organisasi adalah bahwa kita seyogianya memahami pendekatan-pendekatan yang mempengaruhi cara berfikir atau cara pandang terhadap organisasi. Organisasi menurut Robbins (2001; 4) diartikan sebagai suatu unit sosial yang dikoordinasikan dengan sadar, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang berfungsi atas dasar yang relative terus menerus untuk mencapai suatu tujuan atau serangkaian tujuan bersama (Stephen P. Robbins, 2001 : 4).

Pace & Faules (2001: 11) mengemukakan bahwa terdapat dua pendekatan dalam memahami organisasi, pendekatan objektif dan pendekatan subjektif. Makna "Objektif" dalam konsep ini merujuk kepada pandangan bahwa objek-objek, perilaku-perilaku, dan peristiwa-peristiwa eksis di dunia nyata dan terlepas dari pengamatannya, sedangkan "subjektif" merujuk bahwa realitas itu sendiri adalah konstruksi sosial, realitas sebagai suatu proses kreatif yang memungkinkan orang menciptakan apa yang ada "di luar sana".

Menurut pendekatan objektif, organisasi merupakan sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret, dan merupakan sebuah struktur dengan batas-batas yang pasti, sesuatu yang stabil. Istilah "organisasi" mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan. Pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang, terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus menerus berubah yang dilakukan oleh orang-orang antara satu dengan yang lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut.

Jadi berdasarkan pendekatan objektif, organisasi berarti struktur; sedangkan berdasarkan pandangan subjektif, organisasi berarti proses (mengorganisasikan perilaku). Implikasinya, menurut pendekatan objektif, mempelajari organisasi adalah mempelajari keseluruhan, bagaimana organisasi dapat beradaptasi dengan cara terbaik terhadap lingkungan untuk mengembangkan diri dan berlangsung hidup, sedangkan menurut pendekatan subjektif pengetahuan mengenai organisasi diperoleh dengan melihat perilaku-perilaku dan apa makna perilaku-perilaku itu bagi mereka yang melakukannya, struktur diakui tapi tekanannya pada perilaku manusia dalam arti tidak independen dari tindakan-tindakan manusia. Kedua pendekatan tersebut, baik objektif maupun subjektif tidak hanya mempengaruhi cara pandang terhadap komunikasi organisasi, namun juga dalam memahami

aspek-aspek lainnya yang terkait dengan perilaku organisasi.

3. *Komunikasi Organisasi*

Berdasarkan uraian di atas maka komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Definisi tersebut lebih menekankan pada aspek fungsional (objektif). Sedangkan bila dilihat dari perspektif interpretative (subjektif), komunikasi organisasi dipandang sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi (Pace dan Faules, Deddy Maulana, 31).

Pernyataan defenitif yang lebih sederhana dikemukakan Arnold & Feldman (1986: 154) bahwa komunikasi organisasi merupakan pertukaran informasi diantara orang-orang di dalam organisasi, dimana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan: *attention, comprehension, acceptance as true, dan retention.*

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 (Alo Liliweri, 1997 : 59).

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 besar-sinergis untuk menghasilkan keluaran yang lebih berkualitas. Pada tahap ini diutuhkan 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 (Barry Cusway and Derej Logde, 1995 : 115).

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 (Pace dan Faules, Deddy Mulyana, 25).

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 (Arni Muhammad, 2009 : 158).

a. 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.
- 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 sepertio famili, sport, isu politik.
- Interogasi atau Pemeriksaan yaitu interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menurut informasi daripada yang lain.

- Wawancara Adalah suatu bentuk komunikasi interpersonal dimana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab.

b. Tujuan Komunikasi Interpersonal

- Menemukan diri sendiri
- Menemukan dunia luar
- Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti
- Berubah sikap dan tingkah laku
- Untuk bermain dan kesenangan
- Untuk membantu

c. Hubungan Interpersonal yang efektif

Menurut Rogert hubungan interpersonal akan terjadi secara efektif apabila kedua belah pihak memenuhi kondisi :

- bertemu satu sama lain secara personal
- empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti
- menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa mkenilai atau keberatan
- menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh-sungguh, bersikap menerima dari empati satu sama lain.
- Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan gangguan arti.
- Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap yang lain.

Komunikasi Kelompok Kecil

Adalah suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk

beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka.

a. Tujuan Komunikasi kelompok kecil

1) Tujuan Personal

- Hubungan sosial, tujuannya memperkuat hubungan interpersonal dan menaikkan kesejahteraan kita.
- Penyaluran, tujuan ini biasa dilakukan dalam suasana yang mendukung adanya pertukaran pikiran atau pertengkaran sengit dalam diskusi keluarga, dimana keterbukaan diri adalah tepat.
- Kelompok terapi, hal ini biasanya digunakan untuk membantu orang menghilangkan sikap-sikap mereka, atau tingkah laku dalam beberapa aspek kehidupan mereka.
- Belajar, sebagai alasan umum orang untuk mengikuti kelompok kecil adalah belajar dari orang lain. Belajar terjadi dalam bermacam-macam setting. Asumsi yang mendasari belajar kelompok adalah ide dari dua arah.

2) Tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan

- Pembuatan keputusan; Orang-orang yang berkumpul bersama-sama dalam kelompok untuk membuat keputusan mengenai sesuatu. Mendiskusikan alternatif dengan orang lain membantu orang memutuskan mana pilihan terbaik untuk kelompok.

- Pemecahan Masalah; Masalah yang mereka usahakan menyelesaikannya mencakup bagaimana menyempurnakan produksi, bagaimana menyempurnakan hubungan yang kurang baik.

b. Kelompok Kecil sebagai suatu sistem

Kelompok kecil merupakan organisasi kecil yang mempunyai empat komponen dasar yaitu input atau masukan proses, output atau hasil dari balikan.

- 1) Masukan, merupakan materi mentah dalam kelompok kecil seperti orang, informasi yang digunakan kelompok untuk berinteraksi. Orang atau anggota kelompok adalah masukan karena tiap orang dalam kelompok membawa kualitas tertentu seperti kepribadian, umur, kesehatan, pengetahuan, sikap, nilai dan kemampuan memecahkan masalah.
- 2) Proses, menunjukkan kepada semua proses internal yang terjadi dalam kelompok selama diskusi
- 3) Hasil, merupakan keputusan atau penyelesaian yang dicapai oleh kelompok.
- 4) Balikan, berisi respon yang mengikat system bersama. Balikan memberi masukan untuk pertemuan kelompok masa akan datang.

c. Karakteristik Kelompok Kecil

- 1) Mempermudah pertemuan ramah tamah
- 2) Personaliti kelompok. Bila sekelompok orang datang bersama maka mereka

membentuk identitas sendiri yang menjadikan personaliti kelompok.

- 3) Kekompakan, yaitu daya tarikan anggota kelompok satu sama lain dan keinginan mereka untuk bersatu.
- 4) Komitmen terhadap tugas. Aktivitas individu lainnya dalam kelompok yang dekat hubungannya dengan komitmen adalah motivasi.
- 5) Besarnya kelompok kelihatannya cukup sederhana tapi besarnya kelompok itu mempunyai beberapa pencabangan penting dalam kelompok.
- 6) Norma kelompok, adalah aturan dan pedoman yang digunakan oleh sekelompok itu sendiri, maupun beberapa faktor eksternal di luar kelompok.
- 7) Saling bergantung satu sama lain. Yang paling penting adalah anggota kelompok tergantung satu sama lain untuk beberapa tingkatan tertentu, dan paling kurang pada seorang lainnya.

d. Peran anggota Komunikasi Kelompok Kecil

Kennet Benne dan Paul Sheats (1948) mengusulkan suatu klasifikasi mengenai peran anggota dalam topik penting ini. Benne dan Sheats membagi peran anggota menjadi tiga kelas umum : peran tugas kelompok, peran membina dan mempertahankan kelompok, dan peran individual

1) Peran Tugas Kelompok :

Peran tugas kelompok adalah peran yang membuat kelompok mampu untuk memfokuskan secara lebih spesifik dalam mencapai tujuan kelompok. Dalam menjalankan

setiap dari peranan ini, anggota tidak berbuat sebagai individu terpisah, tetapi sebagai bagian dari keseluruhan yang lebih besar. Kebutuhan dan tujuan kelompok mengatur peran yang harus dilakukan para anggota. Anggota kelompok yang efektif akan melaksanakan beberapa fungsi ini, walaupun beberapa orang terkunci pada beberapa peran spesifik saja.

2) Peran Membina dan Mempertahankan Kelompok :

Tidak seorang pun dan tidak sekelompok pun yang selalu berorientasi pada tugas setiap saat. Kelompok merupakan merupakan satu unit yang anggotanya memiliki hubungan interpersonal yang beragam. Hubungan ini perlu dipelihara jika kelompok ingin berfungsi secara efektif—jika para anggota kelompok ingin merasa puas dan produktif. Apabila fungsi ini tidak dilakukan, para anggota kelompok akan rusak apabila proses kelompok menjadi macet, sering timbul konflik, atau komunikasi kelompok kecil menjadi terganggu pada tingkat pribadi atau sosial tertentu.

3) Peran individual :

Peran kelompok tugas dan peran membina dan mempertahankan kelompok semuanya bersifat produktif. Peran itu membantu kelompok dalam mencapai tujuannya, dan berorientasi pada kelompok. Peran yang akan kita bahas di sini adalah peran yang kontra produktif. Peran itu menghambat kelompok dalam mencapai tujuannya dan lebih berorientasi pada individu ketimbang

kelompok. Peran semacam ini sering diistilahkan dengan malfungsi, yang menghambat efektivitas kelompok baik dalam hal produktivitas maupun kepuasan pribadi.

- 4) Partisipasi Anggota :
Berikut adalah beberapa pedoman yang akan membantu partisipasi anda dalam komunikasi kelompok kecil menjadi efektif dan lebih menyenangkan. Beberapa saran ini merupakan elaborasi dan perluasan dari karakteristik dasar komunikasi interpersonal yang efektif.
- 5) Berorientasi Pada Kelompok :
Dalam kelompok kecil anda adalah anggota tim – seorang anggota dari keseluruhan yang lebih besar. Partisipasi anda akan bernilai jika dapat membantu pencapaian tujuan kelompok dan meningkatkan kepuasan para anggota. Tugas anda adalah mengerahkan kemampuan, pengetahuan dan pikiran anda sehingga kelompok dapat mengembangkan pemecahan yang lebih baik daripada yang dikembangkan oleh satu orang. Prestasi yang sifatnya individual bisa menghambat kelompok.
- 6) Pusatkan konflik Pada Masalahnya :
Konflik dalam situasi kelompok kecil tidak dapat dihindarkan. Konflik merupakan bagian alamiah dari proses kelompok kecil, tetapi pusatkan konflik itu pada masalahnya ketimbang pada pribadi orangnya.
- 7) Bersikapalah Tanpa Prasangka Secara Kritis :
Suatu gejala umum tetapi perkembangan itu tidak produktif terjadi apabila para anggota datang ke kelompok dengan pikiran yang sudah terbentuk. Apabila hal ini terjadi, proses kelompok kecil akan berubah menjadi serangkaian perdebatan individual, di mana setiap orang berusaha mempertahankan posisinya masing-masing. Seharusnya, anggota datang ke kelompok dibekali dengan informasi yang relevan yang akan bermanfaat dalam proses diskusi. Mereka seharusnya belum mempunyai keputusan apa-apa mengenai pemecahan atau kesimpulan yang akan mereka terima.
- 8) Pastikan pemahaman :
Pastikan bahwa gagasan dan informasi anda dipahami oleh semua peserta. Jika sesuatu layak diutarakan. Maka yang dikatakan itu layak juga dibuat jelas. Jika ragu-ragu, tanyakan apa yang anda sampaikan itu jelas, “Apakah pertanyaan saya cukup jelas?” “Apakah saya menjelaskannya cukup terang?” Pastikan juga bahwa anda juga memahami dengan jelas kontribusi dari para anggota lain, terutama sebelum anda membahas masalahnya dengan mereka. Dalam prakteknya, sering kali orang menyatakan ketidaksetujuannya dengan kata-katanya sendiri.
- 9) Pikir Kelompok :
Berikut merupakan beberapa gejala yang dapat membantu anda mengenali adanya pikir kelompok dalam kelompok yang anda amati atau berpartisipasi di dalamnya.

- Para anggota kelompok berpikir bahwa kelompoknya dan para anggotanya tidak dapat dikalahkan oleh bahaya.
 - Para anggota menciptakan rasionalisasi untuk menghindari berurusan langsung dengan bahaya atau ancaman.
 - Para anggota kelompok yakin bahwa kelompok mereka bermoral.
 - Mereka yang bertentangan dengan kelompok dianggap terlalu menyederhanakan masalah, menganut cara-cara yang jamak.
 - Tekanan kelompok ditujukan kepada setiap anggota yang menunjukkan sikap ragu-ragu atau mempertanyakan argumentasi atau usulan kelompok.
 - Para anggota kelompok menyensor keraguan mereka sendiri.
 - Para anggota kelompok yakin bahwa semua anggota menyetujui secara bulat, apakah persetujuan semacam itu dinyatakan atau tidak.
 - Para anggota kelompok mulai berperan menjadi informasi yang sampai pada anggota kelompok lainnya, terutama apabila informasi semacam itu bisa menciptakan perbedaan opini.
- e. Pemimpin dalam Komunikasi Kelompok Kecil
- Dalam kebanyakan kelompok kecil, satu orang berperan sebagai pemimpin. Dalam kelompok lain, kepemimpinan bisa dipegang oleh beberapa orang. Lebih lanjut, sang pemimpin bisa ditunjuk atau secara otomatis muncul dalam proses

perkembangan komunikasi kelompok.

1) Gaya Kepemimpinan :

Sebagai tambahan untuk melihat perhatian pokok dalam kepemimpinan, seperti yang kita lakukan dengan teori kepemimpinan situasional, kita dapat juga melihat kepemimpinan dari sisi tiga gaya kepemimpinan : lepas-kendali, demokratis dan otoriter.

2) Pemimpin Lepas-Kendali :

Pemimpin lepas-Kendali tidak berinisiatif untuk mengarahkan atau menyarankan alternatif tindakan. Akan tetapi, pemimpin ini lebih mengizinkan kelompok untuk mengembangkan dan melakukan kesalahan. Pemimpin semacam ini menolak setiap wewenang yang diberikan.

3) Pemimpin Demokratis :

Pemimpin Demokratis memberikan pengarahan, tetapi mengizinkan kelompok untuk mengembangkan dan melaksanakan cara yang dikehendaki para anggotanya. Para anggota kelompok didorong untuk menentukan sasaran dan prosedur. Pemimpin demokratis merangsang timbulnya pengarahan sendiri dan aktualisasi diri pada para anggota kelompok.

4) Menjaga Para Anggota Berada Pada Jalurnya :

Banyak orang yang bersifat egosentris dan hanya akan memakasakan keinginan dan masalah mereka sendiri. Dalam hal inilah diperlukan peran pemimpin untuk mengarahkan para anggotanya tetap berada pada jalur pembahasan.

5) Memastikan Kepuasan Anggota :

Para anggota memiliki kebutuhan dan keinginan psikologis yang berbeda dan banyak memasuki kelompok justru karena kebutuhan dan keinginan ini. Meskipun kelompok itu berurusan dengan masalah politik, beragam anggota yang ada mungkin berkumpul bersama dengan alasan yang lebih psikologis ketimbang politis.

6) Merangsang Evaluasi dan Perbaikan :

semua kelompok akan menghadapi hambatan jika mereka mencoba untuk memecahkan suatu masalah, membuat keputusan, atau mengembangkan gagasan. Tidak ada satu kelompok pun yang efektif sempurna. Semua kelompok mempunyai kesempatan untuk memperbaiki dirinya.

7) Menyiapkan Anggota Untuk Berdiskusi :

Kelompok terbentuk secara perlahan-lahan dan perlu dibentuk menjadi diskusi yang berarti. Pemimpin harus menyiapkan para anggota untuk berdiskusi. Hal ini menyangkut menyiapkan para anggota untuk berinteraksi dalam kelompok kecil, termasuk juga siap untuk mendiskusikan suatu masalah yang spesifik tertentu.

Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam

organisasi atau yang diluar organisasi secara tatap muka atau melalui media. Kualitas yang membedakan komunikasi organisasi publik ini dengan komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok kecil adalah :

- a. Komunikasi publik berorientasi kepada si pembicara atau sumber. Komunikasi interpersonal dan kelompok kecil terdapat hubungan timbal balik diantara si pembicara dengan si penerima yang terlibat. Pada komunikasi organisasi publik si pembicara mendominasi hubungan.
 - b. Pada komunikasi publik melibatkan sejumlah besar penerimanya tetapi pada komunikasi interpersonal biasanya ada 2 orang dan komunikasi kelompok kecil tidak lebih dari 5-7 orang penerima, pesan komunikasi publik dimaksudkan untuk menarik banyak orang, beratus-ratus atau berjuta-juta orang.
 - c. Pada komunikasi publik kurang terdapat interaksi antara si pembicara dan si pendengar. Hal ini menjadikan kurangnya interaksi secara langsung antara si pembicara dengan si pendengar lebih bila pendengarnya makin banyak.
 - d. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi publik lebih umum supaya dapat dipahami oleh pendengar. Biasanya sebelum presentasi si pembicara telah mengetahui tipe khusus dari si pendengar.
- 1) Tujuan dari komunikasi publik adalah :
- Memberikan informasi kepada sejumlah besar orang yang mengenal organisasi, misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi.
 - Menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat di luar organisasi seperti

pemakaian jasa organisasi, pemakai hasil produksi organisasi dan masyarakat umumnya.

- Memberikan hiburan kepada sejumlah orang seperti menceritakan pengalaman yang menyenangkan kepada orang banyak.

2) Bentuk Komunikasi Organisasi Publik

- Bentuk presentasi komunikasi organisasi publik secara garis besarnya dapat dibedakan atas dua kategori, yaitu yang bersifat pemberian informasi dan mencari komitmen. Presentasi yang bersifat pemberian informasi dapat dibedakan menjadi:

a) Presentasi Orientasi; Presentasi ini sengaja diberikan kepada karyawan-karyawan baru dalam organisasi untuk memperkenalkan mereka dengan lingkungan kerja yang baru.

b) Presentasi untuk latihan pekerjaan tertentu; Bila sejumlah anggota organisasi diberikan jabatan baru, mereka mesti dilatih untuk pekerjaan itu oleh pelatih, melalui beberapa bentuk presentasi komunikasi lisan. Memerlihatkan kepada seorang bagaimana melakukan sesuatu adalah merupakan topik yang paling umum dari presentasi jabatan dalam organisasi.

c) Laporan status; Tiap-tiap subunit organisasi mestilah menyimpan informasi tentang apa yang mereka lakukan. Ini dilakukan

untuk memudahkan dalam pemberian status subunit masing-masing. Laporan status biasanya mengalir menurut garis komando dalam organisasi.

d) Laporan kepada dewan pengurus; Anggota organisasi seringkali diminta untuk memberikan laporan kepada dewan pengurus atau yayasan yang membina organisasi.

e) Rapat-rapat Umum; Salah satu kegiatan utama dalam rapat adalah untuk memberikan informasi kepada seluruh karyawan mungkin berkenaan dengan kebijaksanaan umum yang baru atau peraturan baru yang perlu diketahui oleh karyawan, atau mengenai hal lainnya yang perlu diinformasikan secara tepat.

- Bentuk kedua dari komunikasi publik dalam organisasi adalah untuk mencari komitmen. Komunikasi ini bermaksud untuk mempengaruhi pendengar melalui informasi yang diberikan. Tipe dari presentasi ini adalah:

a) Presentasi Pemasaran; Tipe yang paling nyata dari presentasi untuk mencari komitmen adalah presentasi yang dilakukan oleh seorang bagian pemasaran yang mencoba meyakini orang lain tentang hasil produksi atau pelayanan organisasinya. Atau presentasi yang diberikan oleh seorang pimpinan mengenai rencana baru

yang akan dilaksanakannya dan mencari pemberi dana untuk itu.

- b) Presentasi memotivasi; adalah presentasi yang diberikan untuk mempengaruhi orang agar mau bekerja keras atau meningkatkan proses produksi.
- c) Presentasi Penerimaan Karyawan atau Mahasiswa; Bertujuan untuk mendapatkan tenaga-tenaga yang akan bekerja pada organisasi yang akan menduduki posisi tertentu atau tenaga yang akan dididik dalam organisasi tertentu.
- d) Pendekatan Tim; Tujuan dari ini adalah untuk membujuk orang atau meyakini orang agar mau menerima ide-ide yang disampaikan.

KESIMPULAN

Komunikasi organisasi adalah petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi juga merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Komunikasi organisasi mempunyai juga pengertian sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Serta mencakup pendekatan-pendekatan yang terkait dalam komunikasi organisasi. Selain itu terdapat pula jaringan komunikasi dan arus dalam komunikasi. Serta format interaksi komunikasi organisasi yang terdiri dari komunikasi

interpersonal, komunikasi kelompok kecil, dan komunikasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- _____. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Cet. 1. Bandung : Penerbit Mandar Maju Bandung, 2004.
- Little John SW. *Theoris of Human Communicaion*. Fifth edition. New York: Wadsworth Publishing Company, 1996.
- Moekijat, *Pengembangan Organisasi*. Bandung: Penerbit PT. Mandar Maju. Cet. 5 2005.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009, Cet.11.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules, Deddy Mulyana, (Ed.) *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*, cet.4. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Robbins, Stephen P. *Teori Organisasi Struktur, Desain Dan Aplikasi*, San Diego: Prentice-Hall International, 2001.

Shaw, M.E. Group Dynamics. *The psychology of Small Group Behaviour*, New York: McGraw-Hill, 1976.

Shimp, Terence A. *Promotion Management and Marketing Communication*, Florida: The Dryden Press, 1993.

Sweeney, Paul D. & Dean B. McFarlin, *Organizational Behaviour: Solution For Management*, McGraw-Hill: International Edition, 2002.