

Proses Komunikasi yang Efektivitas Dalam Organisasi

Erwan Efendi¹, Mahisa Agni², Melinda Rianto Putri³, Senang Firdasari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

mahusaagnivivo@gmail.com¹, senangfirdasari@gmail.com²,

melindariantoputri@gmail.com³

ABSTRACT

The purpose of this article is to find out about how an effective communication process can be carried out in organizations. Because in reality there is communication that will appear in every organizational process. The research method used in this article is qualitative which uses the method of literature study. To create effective communication, a communicator must be able to identify targets who are recipients of messages, determine communication goals, design messages, choose media, choose message sources, and collect messages. feedback. To build effective communication five important foundations are needed, namely the effort to truly understand other people, the ability to fulfill commitments, the ability to explain expectations, the willingness to sincerely apologize if you make a mistake, and the ability to show integrity.

Keywords : *communication process, effectiveness and organization.*

ABSTRAK

Tujuan artikel ini yaitu untuk mengetahui tentang bagaimana proses komunikasi yang efektif yang bisa dilakukan dalam organisasi. Karena dalam kenyataan yang ada komunikasi akan muncul dalam setiap proses organisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini yaitu kualitatif yang dimana dengan menggunakan metode studi literatur, Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik.

Kata kunci : *proses komunikasi, efektivitas dan organisasi.*

PENDAHULUAN

Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesama dalam kelompok dan masyarakat. Di dalam kelompok ataupun organisasi selalu terdapat bentuk kepemimpinan yang merupakan masalah penting untuk kelangsungan hidup kelompok yang terdiri dari atasan dan bawahannya. Oleh karena itu komunikasi efektif dianggap sebagai elemen penting untuk keberhasilan suatu organisasi. Bagaimana mungkin orang lain bisa menangkap ide kita kalau kita tidak dapat mengungkapkannya kepada orang lain dengan baik.

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia sebagaimana yang dikemukakan pada bagian terdahulu tidaklah dapat dipungkiri demikian pula halnya

dalam suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik akan membantu kelancaran organisasi, demikian pula sebaliknya Komunikasi yang efektif adalah merupakan bagian yang penting bagi semua organisasi.

Menurut Nawawi (2000:99) Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian dan penerimaan informasi yang menjadi salah satu sumber daya untuk menjaga, memelihara, memajukan dan mengembangkan organisasi secara dinamis sesuai dengan tujuannya. Di samping itu komunikasi dapat juga diartikan sebagai proses penyampaian informasi berupa gagasan, pendapat, penjelasan, saran-saran dan lain-lain dari sumbernya kepada dan untuk memperoleh, mempengaruhi atau merubah respon sesuai dengan yang diinginkan sumber informasi.

Dalam kenyataan yang ada komunikasi akan muncul dalam setiap proses organisasi. Bahkan dapat diilustrasikan bahwa organisasi yang tanpa komunikasi diibaratkan manusia yang kekurangan aliran darahnya, apabila kurang darahnya manusia yang menjadi lemah, demikian pula sebaliknya. Maka untuk itu komunikasi yang baik harus selalu dijaga agar tetap stabil sehingga tidak menimbulkan apa yang disebut miss communication.

Komunikasi yang efektif dalam organisasi menjadi hal sangat penting, seperti halnya aliran darah bagi suatu organisasi, dan miskomunikasi memberi kontribusi yang dapat disamakan dengan rusaknya sistem peredaran darah dalam lebih dari satu organisasi. Komunikasi menjadi faktor terpenting bagi organisasi dalam mendapatkan informasi. Kemudian dengan komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan lancar dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Tanpa komunikasi yang efektif di antara berbagai pihak, pola hubungan yang kita sebut organisasi tidak akan melayani kebutuhan seseorang dengan baik.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Menurut A.W. Wijaya (2000: 15) komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak, si pengirim dan si penerima informasi dapat memahaminya. Hal ini tidak berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui sesuatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama- sama memahami gagasan tersebut. Dalam keadaan seperti inilah baru dapat dikatakan komunikasi telah berhasil baik (komunikatif).

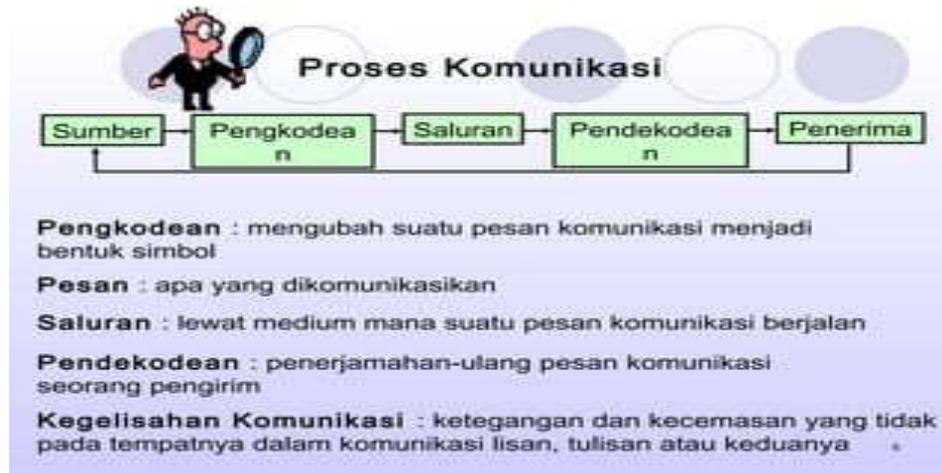
Menurut Muhammad (2001) memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut: Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya. dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam

masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

Komunikasi pada umumnya didefinisikan sebagai kegiatan saling bertukar pendapat, atau hubungan antara manusia, baik individu maupun kelompok. Komunikasi manusia merupakan proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih. Dari pernyataan ini maka komunikasi berhubungan dengan makna yang dapat diperoleh diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.

Proses Komunikasi Dalam Organisasi

Proses komunikasi dapat dijelaskan melalui pemahaman unsur-unsur komunikasi yang meliputi pihak yang mengawali komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, saluran yang digunakan untuk berkomunikasi dan gangguan saat terjadi komunikasi, situasi ketika komunikasi dilakukan, pihak yang menerima pesan, umpan dan dampak pada pengirim pesan. Pengirim atau sender merupakan pihak yang mengawali proses komunikasi. Sebelum pesan dikirimkan, pengirim harus mengemas ide atau pesan tersebut sehingga dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh penerima, Proses pengemasan ide ini disebut dengan encoding.



Pesan yang akan dikirimkan harus bersifat informatif artinya mengandung peristiwa, data, fakta, dan penjelasan. Pesan harus bisa menghibur, memberi inspirasi, memberi informasi, meyakinkan, dan mengajak untuk berbuat sesuatu. Pesan yang telah dikemas disampaikan melalui media baik melalui media lisan (dengan menyampaikan sendiri, melalui telepon, mesin dikte, atau videotape), media tertulis (surat, memo, laporan, hand out, selebaran, catatan, poster, gambar, grafik), maupun media elektronik (faksimili, email, radio, televisi).

Penggunaan media untuk menyampaikan pesan dapat mengalami gangguan (noise) yang dapat menghambat atau mengurangi kemampuan dalam mengirim dan menerima pesan. Gangguan komunikasi dapat berupa faktor pribadi (prasangka, lamunan, perasaan tidak cakap) dan pengacau indra (suara yang terlalu keras atau lemah, bau menyengat, udara panas). Situasi juga dapat mempengaruhi jalannya komunikasi karena situasi dapat mempengaruhi perilaku pihak yang berkomunikasi sehingga pada waktu berkomunikasi dengan pihak lain tidak hanya harus mempertimbangkan isi dan cara penyampaian, tetapi juga situasi ketika komunikasi akan disampaikan.

METODE PENELITIAN

Artikel ini disusun dengan metode penelitian kualitatif yang dimana dengan menggunakan metode studi literatur, yaitu dengan mengumpulkan bahan-bahan kajian terkait komunikasi di dalam organisasi baik berupa buku, artikel, jurnal dan sumber lainnya. Setelah bahan kajian dikumpulkan dan disusun sesuai prosedur yang telah ditentukan, selanjutnya bahan tersebut diteliti dan dipelajari, kemudian penulis berusaha menyimpulkan sebuah pengetahuan baru hasil dari analisis terhadap bahan kajian yaitu tentang proses komunikasi yang efektif dalam organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Griffith bahwa Kemampuan komunikasi merupakan faktor penentu kesuksesan setiap individu maupun organisasi untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang sangat kompetitif saat ini. Kemampuan komunikasi seseorang dalam organisasi diperlukan dalam setiap kondisi misalnya pada saat mempersiapkan sebuah presentasi bisnis, menyampaikan ide-ide atau gagasan dalam suatu rapat, negosiasi bisnis, melatih tim, membangun sebuah tim kerja, dan dalam setiap aktivitas organisasi. Melihat pentingnya komunikasi dalam organisasi, efektivitas komunikasi akan sangat menentukan kesuksesan organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Griffith, 2002).

Komunikasi menjadi faktor penting bagi organisasi dalam mendapatkan informasi. Dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya dan begitu pula sebaliknya, kegagalan dalam organisasi banyak yang disebabkan karena kurang tertatanya komunikasi yang dilakukan oleh individu didalam organisasi tersebut. Dan dengan adanya perbedaan budaya masing-masing, sehingga dapat menghambat proses komunikasi dan menimbulkan efek kurang baik dalam organisasi tersebut, seperti tidak adanya kekompakan didalam organisasi tersebut.

Komunikasi yang efektif dapat menyampaikan semua informasi penting yang harus diketahui oleh semua anggota tim. Informasi tersebut bisa berupa instruksi kerja,

target perusahaan, peran yang harus dijalankan oleh masing-masing anggota tim, sampai masalah yang dihadapi oleh anggota tim.

Dengan komunikasi yang efektif, maka langkah setiap anggota tim kerja dapat lebih terarah dalam melaksanakan tanggung jawabnya masing-masing untuk menuju tujuan yang sama, yang dikehendaki oleh perusahaan.

Langkah awal dalam membentuk komunikasi efektif di dalam perusahaan adalah dengan mengembangkan kepercayaan di dalam setiap tim kerja. Jika masing-masing anggota tim kerja dapat percaya satu sama lain, maka komunikasi akan menjadi lebih terbuka. Dengan komunikasi yang lebih terbuka, maka setiap anggota tim akan menjunjung tinggi kejujuran. Kejujuran inilah yang dapat meningkatkan integritas, baik personal maupun kelompok. Integritas yang baik dapat membuat suasana kerja menjadi lebih kondusif.

Gaya kepemimpinan dalam komunikasi juga diyakini mampu memberikan dampak baik terhadap manajemen dan pengelolaan suatu organisasi. Faktanya menunjukkan bahwa belum semua orang, kelompok, maupun organisasi yang mampu menunjukkan secara optimal gaya kepemimpinan komunikasi yang dimaksud didalam sebuah organisasi tertentu. Proses komunikasi yang efektif memungkinkan seseorang dapat saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang atau kelompok yang hasilnya sesuai harapan. Komunikasi yang efektif melalui proses pesan yang diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Menurut Xie dkk (2008) bahwa dalam mengidentifikasi sasaran atau penerima pesan perlu diperhatikan, yaitu yang dimana menentukan tujuan komunikasi tersebut. Dalam menentukan tujuan komunikasi ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu;

1. Komunikator menentukan tanggapan dan efek yang diharapkan dari komunikasi yang disampaikan,
2. Komunikator harus mengetahui dan memahami apakah khalayaknya/konsumen ada dalam tahap pembelian atau tidak. Tahap pembelian mulai dari awareness (kesadaran), pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan pembelian, dan
3. Komunikator harus bisa menggerakkan konsumen ke tahap pembelian. Untuk merancang pesan, komunikator mengembangkan pesan komunikasi yang efektif, yang idealnya pesan harus melalui tahap AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decission, Action). Selain itu, komunikator harus bisa memutuskan isi pesan, format pesan dan struktur pesan sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya tarik maksimal, baik daya tarik rasional, emosional dan moral.

Bentuk komunikasi tertinggi adalah komunikasi empatik yang memiliki makna melakukan komunikasi untuk mengerti dan memahami karakter dan maksud dan peran orang lain yang menerima pesan (Knutson, et al., 2003). Dalam hal ini, kebaikan dan sopan santun seperti halnya kemampuan dan kemauan untuk memenuhi komitmen yang disampaikan, dan menjelaskan harapan yang diharapkan dalam suatu hubungan komunikasi sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya harapan yang bertentangan atau berbeda dengan peran dan tujuan komunikasi. Selain itu, integritas mencakup hal-hal yang lebih dari sekadar kejujuran juga diperlukan dalam membangun hubungan komunikasi yang efektif dan sehat.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa syarat utama komunikasi yang efektif adalah karakter dan integritas pribadi yang menyampaikan pesan tersebut. Menurut Covey, untuk membangun komunikasi yang efektif diperlukan lima dasar penting yaitu

1. Usaha untuk benar-benar mengerti orang lain,
2. Kemampuan untuk memenuhi komitmen,
3. Kemampuan untuk menjelaskan harapan,
4. Kemauan untuk meminta maaf secara tulus jika melakukan kesalahan, dan
5. Kemampuan memperlihatkan integritas.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Disamping itu, komunikator harus bisa memutuskan isi pesan, format pesan dan struktur pesan sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya tarik maksimal, baik daya tarik rasional, emosional dan moral. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah bagaimana memilih media, media komunikasi yang bisa digunakan yaitu telepon, surat, internet atau media massa seperti papan reklame, poster, media on line. Kemudian suasana lingkungan organisasi yang dirancang sedemikian rupa baik sebagai daya tarik, dan melaksanakan kegiatan untuk meningkatkan "eksistensi" dan image positif organisasi.

KESIMPULAN

Komunikasi menjadi faktor penting bagi organisasi dalam mendapatkan informasi. Dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya dan begitu pula sebaliknya, kegagalan dalam organisasi banyak yang disebabkan karena kurang tertatanya komunikasi yang dilakukan oleh individu didalam organisasi tersebut. Dan dengan adanya perbedaan budaya masing-masing, sehingga dapat menghambat proses komunikasi dan menimbulkan efek kurang baik dalam organisasi tersebut, seperti tidak adanya kekompakan didalam organisasi tersebut. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan

komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Untuk membangun komunikasi yang efektif diperlukan lima dasar penting yaitu

- Usaha untuk benar-benar mengerti orang lain,
- Kemampuan untuk memenuhi komitmen,
- Kemampuan untuk menjelaskan harapan,
- Kemauan untuk meminta maaf secara tulus jika melakukan kesalahan, dan
- Kemampuan memperlihatkan integritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad saleh, 2011. *Efektivitas Komunikasi nonverbal dalam pelestarian Syariat Islam di kota Lhokseumawe*, Tesis Medan; IAIN Sumatra Barat.
- Asriadi, A. (2019). *Komunikasi Antar Budaya dalam perspektif Al-Qur'an Surat Al-Hujurat Ayat 13*. RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 1(1),
- Arni, Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara).
- Hasibuan, Melayu. 2003. *Organisasi Dan Motivasi*. Cetakan Keempat. (Jakarta : Bumi Aksara).
- Larry A.Samovar,dkk. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. (Jakarta: Salemba Humanika).
- Engkus Kuawarno, 2001, "Efektivitas Komunikasi Organisasi", Jurnal MEDIATOR, Volume 2 Nomor 1.
- Abri, 2015, *Strategi Meningkatkan Komunikasi Yang Efektif Antara Pemimpin Dan Anggota Organisasi*, Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi, Vol. XVIII, No. 2,
- Dody Hermana Dan Ujang Cepi Barlian, 2010, *Komunikasi Dalam Organisasi* ,Jurnal Komunikasi Informasi, Vol 3 No 1.
- Asriadi, 2020, "Komunikasi Efektif Dalam Organisasi", RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume 2, No. 1, 2020
- Hassa Nurrohim dan Lina Analatan, 2009, *Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi*, Jurnal Manajemen, Vol.7, No.4,