

## PERANAN KOMUNIKASI DALAM SUATU ORGANISASI

Aris Febri Rahmanto

Dosen FIKOM Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta  
aris.febri@indonusa.ac.id

### ABSTRAK

Kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi sangatlah penting dalam suatu kehidupan berorganisasi, bahkan menjadi tuntutan. Komunikasi dalam organisasi menjadi titik sentral dalam menciptakan situasi dan lingkungan yang kondusif, menjalin komunikasi berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan citra baik perusahaan/ organisasi bahkan membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk/jasa. Oleh karena itu komunikasi dalam suatu organisasi harus dipahami dengan benar, diaplikasikan serta dikembangkan oleh siapapun baik perorangan, masyarakat dan organisasi.

**Kata Kunci:** Komunikasi, organisasi, fungsi, bentuk, media

### Pendahuluan

Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari, sejak bangun tidur hingga berangkat tidur lagi. Ini berarti tidak ada aktifitas tanpa komunikasi secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun nonverbal, begitu juga dengan organisasi. Organisasi menempatkan komunikasi sebagai salah satu unsur administrasi, padahal fungsi komunikasi dalam organisasi jauh lebih dari itu dan mempunyai banyak sekali manfaat yang dapat dicapai, dengan demikian sangatlah jelas bahwa dengan kegiatan “komunikasi” sangat penting dalam kehidupan berorganisasi, sebelum kita uraikan teknik-teknik komunikasi, coba kita lihat peran komunikasi dalam organisasi sebagai berikut :

1. komunikasi dalam perusahaan sebagai titik sentral
2. Dalam setiap proses komunikasi, hubungan kemanusiaan merupakan proses yang menyangkut kepribadian, sikap dan tingkah

laku yang terjadi pada orang-orang yang terlibat

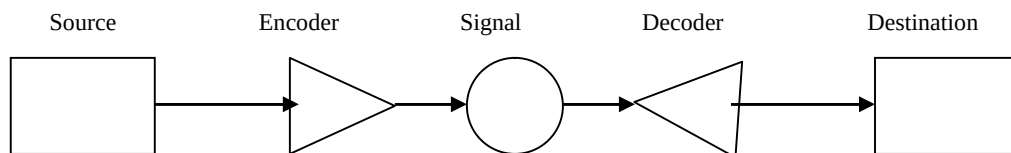
3. Organisasi melaksanakan komunikasi persuasif dua arah disemua bidang kegiatan dengan maksud memberikan motivasi kerja, bertanggung jawab dan produktif
4. Atas dasar pengertian tersebut terlihat bahwa komunikasi timbal balik dalam suatu organisasi merupakan proses integrasi antar manusia yang bersifat manusiawi yang menuju perasaan lahir batin.

Komunikasi dalam suatu organisasi selalu merupakan komunikasi timbal balik, demi kepentingan semua pihak.

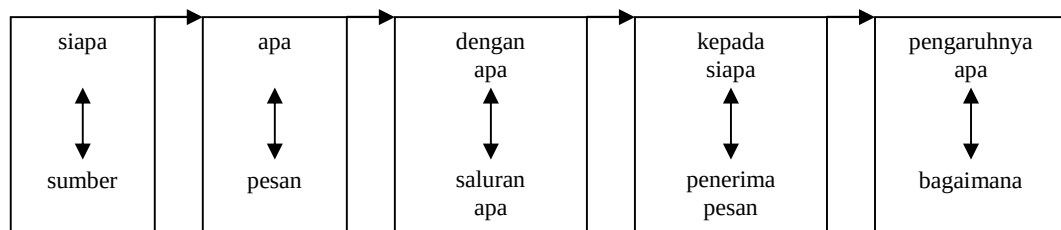
Dalam berkomunikasi kita menciptakan persamaan pengertian, ide, pemikiran, dan sikap tingkah laku kita terhadap orang lain. Jadi komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan dan kesepakatan pesan sehingga menimbulkan suatu pengertian. Dalam proses komunikasi melibatkan beberapa komponen yaitu:

1. Komunikator (sumber)
2. Pesan
3. Saluran
4. Komunikan (organisasi/publik)
5. Efek

Komponen-komponen tersebut sama penting meskipun bisa salah satu akan mendapat tekanan pada situasi tertentu, komponen ini berperan sebagai suatu proses komunikasi yang sederhana dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1  
Model Schramm



Gambar 2  
Model Laswell

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan di dalam proses komunikasi menurut K. Anderson, 1978, adalah sebagai berikut :

1. Faktor sumber dan penerima pesan
  - a. Pengetahuan, gagasan, pikiran dan pengalaman
  - b. Sikap, keyakinan dan tujuan
  - c. Kebutuhan, keinginan dan nilai-nilai
  - d. Kepentingan
  - e. Keanggotaan dan peranan dalam kelompok
  - f. Kecakapan berkomunikasi
  - g. Persepsi terhadap unsur-unsur lain
2. Faktor saluran
  - a. Karakteristik saluran atau media yang digunakan
  - b. Seberapa besar jumlah publiknya

3. Faktor pesan
  - a. gagasan dan isi pesan
  - b. Susunan pesan
  - c. Bahasa dan gaya
  - d. Cara penyampaian: lisan, tertulis, dan lain-lain

### Bentuk-Bentuk Komunikasi

1. Berdasarkan bidang
 

Yang dimaksud dengan bidang adalah bidang kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan yang lain. Berdasarkan bidangnya komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut :

  - a. Komunikasi sosial
  - b. Komunikasi organisasi/manajemen
  - c. Komunikasi bisnis
  - d. Komunikasi politik
  - e. Komunikasi internasional

- f. Komunikasi antar budaya
- g. Komunikasi pembangunan
- h. Komunikasi tradisional (Onong Uchjana Effendi, 2000)

Selain jenis-jenis bidang komunikasi di atas, tidak jarang dijumpai yang lainnya, misalnya *family communication*, *health communication* dan lain sebagainya

2. Berdasarkan Sifat  
Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:
  - a. Komunikasi verbal
    1. Komunikasi lisan
    2. Komunikasi tulisan
  - b. Komunikasi non verbal
    1. Komunikasi tubuh
    2. Komunikasi gambar
    3. dan lain lain
3. Berdasarkan tujuan
  - a. Mengubah sikap
  - b. Mengubah opini/ pendapat/ pandangan
  - c. Mengubah perilaku
  - d. Mengubah masyarakat
4. Berdasarkan fungsi
  - a. Menginformasikan
  - b. Mendidik
  - c. Menghibur
  - d. Mempengaruhi
5. Berdasarkan jenisnya  
Ada beberapa bentuk komunikasi yang perlu diketahui untuk mendukung kegiatan organisasi, yaitu:
  - a. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung pada diri sendiri
  - b. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung pada orang lain atau bisa disebut juga dengan komunikasi kelompok
  - c. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung

dengan kelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang

- d. Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa

Perbedaan dari jenis-jenis komunikasi tersebut dilihat dari dampak yang ditimbulkan oleh interaksinya

- a. Komunikasi intrapersonal dampaknya hanya dirasakan oleh diri kita sendiri
- b. Komunikasi interpersonal dampaknya dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang terlibat dan pada waktu itu juga
- c. Komunikasi massa atau sering disebut komunikasi melalui media massa dampaknya baru akan dirasakan dan tampak dalam beberapa waktu kemudian

Efektifitas komunikasi interpersonal akan tercapai apabila memenuhi beberapa komponen sebagai berikut:

- a. Adanya kesamaan kepentingan antara komunikator dengan komunikan
- b. Adanya sikap yang mendukung dari kedua belah pihak
- c. Sikap positif yaitu pikiran atau ide yang diutarakan dapat diterima sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak
- d. Sikap keterbukaan yang ditampilkan oleh kedua belah pihak
- e. Masing-masing pihak mencoba menempatkan diri pada mitra bicaranya

Dari beberapa komponen di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi timbal balik itu memiliki peranan yang sangat penting di dalam

pergaulan manusia, tanpa komunikasi masyarakat tidak mungkin akan bisa terbentuk, karena komunikasi interpersonal sangat menentukan keberhasilan komunikasi timbal balik dalam organisasi.

6. Berdasarkan Ruang lingkupnya

a. Komunikasi Internal

Menurut *Sr. Maria Assumpta Rumanti*, 2002, dalam suatu organisasi yang melekat dan tidak bisa tidak ada adalah sebagai berikut :

- Pertama ; sasaran organisasi adalah publik internal dan publik eksternal. Publik internal adalah orang-orang yang berada didalam suatu organisasi yaitu seluruh karyawan dari staff sampai dengan karyawan terbawah. Publik eksternal adalah orang-orang yang berada di luar organisasi yang ada hubungannya dan diharapkan ada hubungannya dengan organisasi tersebut.

- Kedua : Kegiatan organisasi adalah komunikasi dua arah atau timbal balik. Ini berarti bahwa dalam penyampaian informasi baik kepada public internal maupun eksternal harus terjadi umpan balik, dengan demikian organisasi mengetahui opini publik sebagai efek komunikasi yang dilakukan. Opini publik yang menyenangkan sangat diharapkan demi kepentingan kedua belah pihak. Jadi kegiatan komunikasi dalam organisasi itu ditujukan kepada masyarakat yang ada didalam organisasi dan masyarakat di luar organisasi.

Komunikasi Internal diklasifikasikan menjadi komunikasi personal/ pribadi dan komunikasi kelompok. Komunikasi ini biasanya dilakukan dengan tatap muka berlangsung secara dialogis sehingga bisa berlangsung kontak pribadi. Komunikasi personal lewat media adalah komunikasi dengan menggunakan alat misalnya telepon, memo dan lain sebagainya, karena dengan menggunakan alat diantara kedua orang tidak ada kontak pribadi, sedangkan tatap muka merupakan jenis komunikasi yang sangat efektif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku. Dengan kontak pribadi memungkinkan komunikator memahami, dan menguasai hal-hal berikut :

1. Kerangka referensi komunikasi selengkapnyanya
2. Kondisi fisik dan mental komunikasi sepenuhnya
3. Suasana lingkungan pada saat terjadi komunikasi
4. Tanggapan komunikasi secara langsung

Dengan memahami dan mengetahui hal tersebut di atas maka komunikator akan dapat melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Mengontrol setiap kata dan kalimat yang diucapkan.
2. Mengulangi kata-kata yang penting disertai penjelasan.
3. Memantapkan pengucapan dengan bantuan mimik dan gerak tangan
4. Mengatur intonasi sebaik-baiknya
5. Mengatur rasio dan perasaan

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi interpersonal tatap muka adalah sebagai berikut:

1. Bersikap simpatik
  2. Tunjukkan sebagai komunikator terpercaya
  3. Bertindaklah sebagai pembimbing bukan pendorong
  4. Kemukakanlah fakta dan kebenaran
  5. Berbicara dengan gaya mengajak bukan menyuruh
  6. Jangan bersikap superior
  7. Jangan mengetengahkan hal-hal yang mengkhawatirkan
  8. Jangan mengkritik dengan kritik yang tidak membangun
  9. Berbicara secara meyakinkan
- b. Komunikasi dengan Rekan Sekerja
- Dalam komunikasi dengan rekan sekerja kita perlu menyesuaikan diri dengan lingkungan, teman sekerja, pimpinan dan seluruh lingkungan organisasi. Kebiasaan, budaya dan strategi organisasi harus disosialisasikan secara terus menerus dengan menggunakan beberapa metode komunikasi, tertulis, lisan, langsung dan tidak langsung dan juga perlu diperhatikan kelompok-kelompok yang mendapat perhatian untuk bisa lebih menyesuaikan diri. Semua itu untuk membina kerjasama antar pribadi, antar unit dan dengan atasan. Sikap yang baik sesama teman kerja dan terhadap setiap orang akan meningkatkan dan memperlancar kerjasama. Jadi kalau masing-masing pekerjaan berjalan lancar, penjelasan, perin-

tah dari atasan sangat jelas dan operasional pekerjaan akan bisa berjalan dengan baik serta laporan-laporan baik lisan maupun tertulis juga akan berjalan lancar serta beres.

Yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi terhadap sesama teman sekerja hendaknya terdapat rasa hormat, sederhana, dan jujur. Keterbukaan dan disiplin menjadi budaya yang harus ditekuni secara bersama-sama maka akan menumbuhkan rasa saling menghormati. Hati yang jujur merupakan kunci dalam menjalin hubungan antara yang satu dengan yang lainnya. Budaya senyum yang khas, jujur dari dalam hati yang paling dalam serta dilakukan secara menyenangkan, menarik, diimbangi dengan cara bicara yang ramah sambil menatap wajah mitra bicara akan semakin menambah semangat persaudaraan yang diperlukan dalam kerjasama.

Hal-hal yang harus dihindari dalam berkomunikasi adalah gosip dan isu mengenai kehidupan karyawan dan juga mengucapkan hal-hal yang kurang pantas. Jangan sekali-kali mempertaruhkan informasi kehidupan pribadi anda yang mungkin akan didengar orang yang penuh ambisi dan jahat yang dapat memutarbalikkan kata sehingga dapat menurunkan wibawa anda sendiri. Hal ini merupakan bagian dari politik kerja kantor. Memang kita harus supel dalam berkomunikasi, terkadang kita harus tegas,

sopan dan manis serta berwibawa bahkan dalam suatu kesempatan kita harus diam berpura-pura tidak mengerti. Hal ini merupakan kebijaksanaan dalam berkomunikasi. Bagaimanakah kita bisa membuat karyawan lama dan baru merasa kerasan dan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan menyenangkan untuk setiap harinya dan bertahan untuk masa yang akan datang? Jawabannya adalah kejujuran, integritas dan loyalitas yang tinggi

- c. Arus komunikasi ke Bawah  
Kesulitan dari kebanyakan pesan menuju kebawah karena bersifat “perintah” dan hanya satu arah, pada umumnya orang akan mengalami kesulitan untuk menterjemahkan dari “perintah” tersebut. Di sini atasan yang membuat rencana kemudian diperintahkan kepada karyawan untuk dilaksanakan, sikap semacam inilah yang sering meresahkan. Oleh sebab itu komunikasi dua arah sangatlah penting dalam membangun relasi yang baik. Para manajer dan pimpinan harus bekerja sama mengkomunikasikan seluruhnya tentang rencana dan garis besar kebijaksanaan organisasi secara terbuka, jujur dan dengan cara yang bebas dan harus bersedia mendengarkan dan memberi dorongan kepada karyawannya secara tulus dan terbuka. Sangat perlu disadari bahwa komunikasi ke atas merupakan sumber utama dan terpenting sebagai umpan balik guna melancarkan kerjasama dalam

membangun suasana kerja yang kondusif

- d. Arus komunikasi ke Atas  
Nilai utama dari komunikasi ke atas adalah karyawan mengerti pesan yang disampaikan pimpinan, bisa menjadi refleksi atas dirinya apakah dalam membawakan pesan sudah baik atau perlu dengan menggunakan teknik dan media komunikasi yang tepat serta dapat mengerti kekurangan dan bersedia memperbaikinya. Justru dengan proses umpan balik itulah akan terjadi pemahaman yang baik dan menghilangkan banyak salah pengertian yang terjadi. Melalui komunikasi ke atas secara terbuka orang bisa mengetahui sejauh mana daya tangkap dan pengertian yang ditangkap mitra bicaranya. Dalam menciptakan semangat kerjasama dan mendorong serta merangsang karyawan lebih aktif dalam pelaksanaannya pekerjaan perlu diperhatikan dengan memberikan kabar yang baik dan menyenangkan dan memberitahukan masalah-masalah yang muncul dan perlu diatasi pada waktunya dan mungkin perlu melibatkan berbagai pihak, kalau tidak mungkin akan berkembang ke situasi yang eksposif dan membahayakan. Kita menyadari bahwa lebih sulit menyalurkan komunikasi ke arah atas secara terbuka, namun kita perlu menyadari bahwa efeknya justru akan menguntungkan semua pihak.

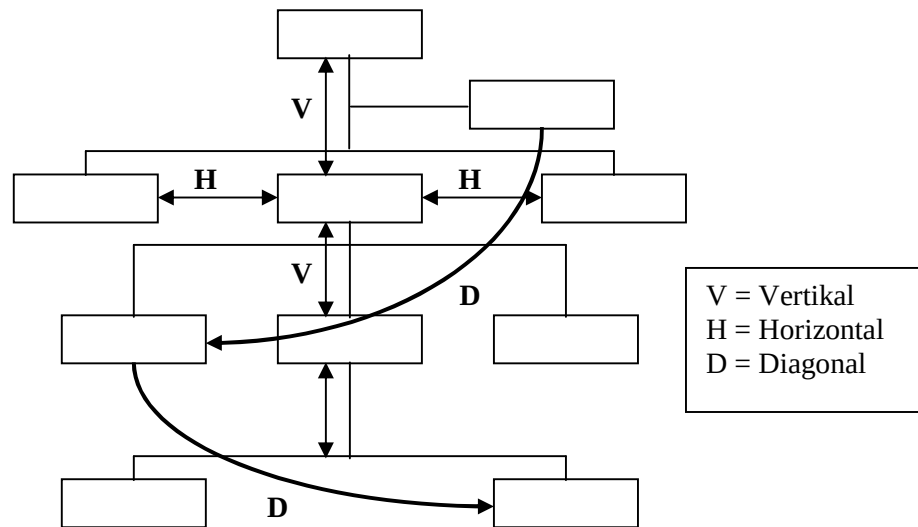
e. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan lingkup silang yang didasari pada struktur organisasi seperti hubungan struktur yang tidak langsung namun ada hubungan kerja karena ada spesialisasi, tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan tertentu dan sebagainya.

Dalam organisasi besar dan modern bisa terjadi bentuk komunikasi lepas dari garis lini dan itu sangatlah logis, bagi seorang pimpinan atau fungsionaris yang mempunyai tugas primer untuk mengintegrasikan kebutuhan dalam pengambilan keputusan me-

merlukan berbagai informasi dari berbagai pihak. Bila semua proses harus melalui jalan secara structural pasti memerlukan waktu yang sangat lama sekali. Problem yang muncul adalah bagaimana untuk mengantisipasi keluar masuknya informasi dari berbagai bidang, diperlukan adanya hubungan langsung dengan berbagai lingkup kerja, seperti :

1. Jalur komunikasi singkat dan pendek diperlukan untuk penyampaian berita secara cepat.
2. Merupakan penanganan yang praktis ditengah-tengah kesibukan



Sumber : H.E. Stenfert Kroese, 1990, dikutip Sr. Maria Assumpta Rumanti OSF, 2002

Gambar 3  
Skema contoh arah komunikasi

f. Komunikasi dengan Teman Kerja Setingkat

Mari kita refleksikan bagaimana tugas-tugas kita dilaksanakan. Tugas kita dilaksanakan dengan melalui orang-orang lain. Jadi sangatlah penting berkomunikasi dengan rekan kerja setingkat kita dan menyadari perlunya perhatian pada komunikasi yang efektif. Akan berbeda kalau kita hanya mementingkan mitra bicara dibandingkan dengan mempersiapkan komunikasi di segala aspek. Andaikata terjadi perselisihan pendapat dengan teman sekerja kita, harus disadari dan diperjelas bahwa bukan berselisih dengan pribadi yang bersangkutan tetapi hanya ketidaksesuaian pendapat. Kita perlu memperhatikan pentingnya komunikasi dalam pelaksanaan dan fungsi organisasi secara menyeluruh. Dalam komunikasi semacam ini sebenarnya akan membuat organisasi bersatu dan berfungsi secara optimal. Secara terus menerus perlu disadari komunikasi adalah tanggung jawab setiap orang dalam organisasi dan harus berkomunikasi secara efektif. Dengan begitu semua karyawan ikut terlibat dalam membangun dan mengembangkan organisasinya.

g. Hambatan Komunikasi

Penyebab-penyebab dari hambatan komunikasi itu antara lain, sebagai berikut :

1. Komunikator berpikir dalam lingkup dirinya sendiri
2. Berbicara dengan konteks penuh rahasia dan disam-

paikan dalam waktu yang kurang tepat

3. Tanpa memberi contoh nyata, penjelasan sifatnya hanya umum
4. Bersikap diktator, kurang menggunakan perasaan sebagai pimpinan
5. Kurang menggunakan perasaan sebagai teman
6. Lamban, tidak efisien
7. Terlalu cepat mengambil keputusan
8. Tidak konsekuen, tidak ada alternatif

Sumber-sumber kesalahan dalam menginterpretasikan pesan adalah sebagai berikut:

1. Informasi tidak lengkap
2. Kesimpulan yang terlalu cepat
3. Generalisasi
4. Prasangka
5. Stereotif
6. *Hallo effect*
7. Proyeksi
8. Norma individu

Salah satu hambatan terbesar bagi kelancaran arus komunikasi adalah keadaan atau sikap yang sudah melekat, membudaya dalam organisasi itu sendiri, terdapat jarak fisik antar orang, dan tempat yang berjauhan, karena waktu yang dibutuhkan dalam system komunikasi organisasi memerlukan waktu cukup panjang, berliku-liku, lambat dan lama sekali prosesnya. Hal itu dapat memadamkan semangat dan didalam prosesnya melalui berbagai tingkatan sehingga bisa jadi pesan tersebut berubah atau menyimpan atau bahkan tidak akurat lagi. Bisa jadi hambatan itu justru dibuat oleh pribadi pimpinan



sendiri karena sikap, muka yang menunjukkan ketidaksabaran, marah, keras, ragu-ragu, acuh dan seterusnya. Keadaan seperti itu jelas akan menimbulkan hambatan terhadap aliran komunikasi.

h. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi dengan pihak luar, antar organisasi. Komunikasi eksternal dilakukan menurut kelompok sasaran berdasarkan relasi yang harus dibangun, harus dibina secara terus menerus yaitu :

1. Hubungan dalam lingkungan
2. Hubungan dengan instansi pemerintah
3. Hubungan dengan pers

Jadi, komunikasi eksternal terdiri dari dua jalur secara timbal balik yaitu komunikasi dari organisasi ke publik dan publik ke organisasi. Komunikasi dari organisasi ke publik pada umumnya bersifat informatif yang dibuat sedemikian rupa sehingga publik merasa ada keterlibatan dan setidaknya terjadi hubungan batin. Komunikasi dari organisasi ke publik dapat melalui berbagai macam saluran, seperti :

1. Majalah organisasi
2. *Pers realease*
3. Artikel dalam surat kabar
4. Pidato/ uraian radio dan televisi
5. Film dokumenter
6. Brosur, leaflets, poster
7. Konferensi pers, dan lain-lain

Menurut *Roy Mitchell* seorang ilmuwan public relations yang berasal dari *Trinidad/ Tobago*, dalam kongres dunia tahun 1985, menyampaikan tiga

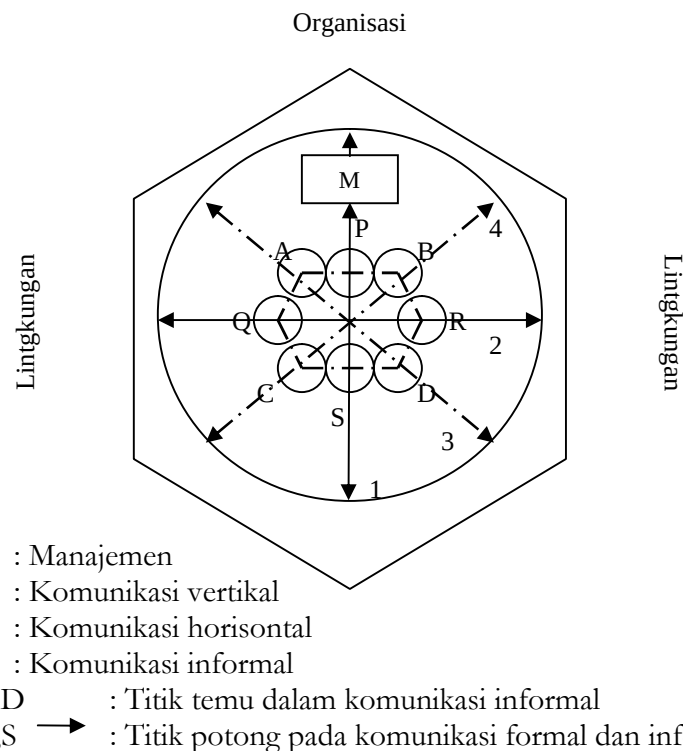
hal yang mendasar dan perlu diperhatikan adalah :

1. Seorang praktisi profesional adalah mereka yang mampu menyusun konsep, menentukan strategi, mampu sebagai penasihat, mampu mengetahui tren secara sistematis dan mampu memimpin prosesannya
2. Seorang teknisi dalam arti mampu mengartikan terhadap pelaksanaan-pelaksana, bagaimana poin 1 itu dioperasikan secara terkoordinasi dan terorganisasi sehingga strategi yang ditentukan benar-benar bisa memberi hasil sesuai perencanaan
3. Pelaksanaan-pelaksanaan perlu memiliki *skill* yang dibutuhkan, oleh karena itu perlu mempunyai tim kerja yang memiliki berbagai macam ilmu.

Komunikasi eksternal yang dilaksanakan secara efisien akan sangat besar manfaatnya bagi :

1. Manajemen (masuk dalam peraturan untuk menyusun kebijakan)
2. Relasi dengan media (mendapatkan media yang tepat)
3. Aktifitas segala macam kegiatan yang berhubungan dengan redaksi
4. Kegiatan dalam mengadakan informasi/ pengumuman
5. Presentasi, representasi, partisipasi dalam organisasi

Kita perhatikan betapa banyak berbagai bidang yang dipengaruhi arus komunikasi eksternal dan berbagai publik yang perlu dibentuk dan dikembangkan relasinya. Mari kita perhatikan bagan komunikasi eksternal yang menunjukkan bahwa lingkungan menentukan efektif tidaknya komunikasi yang dilaksanakan.



Sumber : Anne van der Meiden, 1996, dikutip Sr. Maria Assumpta Rumanti OSF, 2002

Gambar 4  
 Skema Efektif Komunikasi Eksternal

Di sini organisasi mengembangkan relasinya dengan berbagai kelompok publik. Dengan menggunakan cara apapun semuanya untuk satu tujuan. Opini publik yang akan meluruskan organisasi atau berfungsi untuk mengadakan perubahan ataupun perkembangan

### Komunikasi Formal, Non Formal dan Informal

Menurut H. Frazier Moore, 2004 sebaiknya kita jangan membatasi diri pada system komunikasi formal saja, komunikasi formal merupakan pengolahan pesan, sesuai dengan kewenangan yang digariskan dalam rencana organisasi untuk pencapaian tujuan. Secara struktural harus jelas.

Meskipun formal, tetap bebas, tidak terlalu terikat pada peraturan ketat yang justru merupakan kendala komunikasi. Setiap organisasi secara organisatoris perlu ditertibkan dengan maksud agar sekitar struktur yang formal itu ada suatu jaringan yang selalu dinamis. Komunikasi informal itu dilakukan pada saat istirahat pendek setelah bekerja, waktu pulang kerja dan tidak dilakukan secara resmi. Dalam komunikasi informal materi yang dilakukan adalah materi formal tetapi dibicarakan secara tidak resmi. Komunikasi nonformal materi maupun pembicaraannya tidak resmi, kapan, dimana, apa, bagaimana, siapa saja tidak ada peraturan. Dimanapun, kapanpun dan oleh siapa pun bisa

terjadi, baik di kantor, di sekolah, di jalan, di pasar dan lain sebagainya. Oleh karena itu komunikasi yang efektif bisa berupa formal, nonformal dan informal

### **Komunikasi Efektif**

Komunikasi efektif harus direncanakan dengan memperhatikan situasi, waktu, tempat dan pendengarnya. Permasalahan yang sering dihadapi adalah kita menempatkan manusia seakan-akan seperti benda yang mudah dikumpulkan lalu mudah diberi penjelasan supaya mereka mengerti sesuatu. Untuk menjaga supaya permasalahan itu tidak muncul perlu diperhatikan beberapa hal seperti:

1. Bahwa publik kita itu manusia, jadi mereka tidak pernah bebas dari berbagai pengaruh apa saja
2. Manusia itu cenderung suka memperhatikan, membaca atau mendengarkan pesan yang dirasakan sesuai dengan kebutuhan atau sikap mereka
3. Adanya berbagai media massa yang beragam memberikan efek yang beragam pula bagi publiknya
4. Media massa memberikan efek dengan variasi yang besar kepada publik atau perorangan maupun kelompok

Dengan kemajuan teknologi, interaksi antara anggota-anggota dalam organisasi dan masyarakat semakin meningkat dan menjangkau bertambah luas. Untuk membantu supaya komunikasi kita bisa efektif ada beberapa ketentuan yang memudahkan yaitu :

1. Kemampuan mengamati dan menganalisa persoalan
2. Kemampuan menarik perhatian

3. Kemampuan mempengaruhi pendapat
4. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling mempercayai.

Adapun hal-hal yang perlu dipertanyakan dalam melakukan komunikasi seperti : apa, mengapa, bagaimana, dimana, siapa, kapan, tujuan dan situasinya, karena dengan menggunakan hal tersebut kita akan mendapatkan informasi yang sangat jelas dan mengurangi terjadinya kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

### **Hubungan Organisasi dengan Media Menurut Sr Maria Assumpta Rumanti, 2002**

1. Pengertian  
Media dalam ilmu komunikasi dapat diartikan dalam beberapa hal adalah sebagai berikut :
  - a. Saluran
  - b. Sarana penghubung dan
  - c. Alat-alat komunikasiMedia dalam organisasi adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan oleh suatu organisasi dalam menjalin komunikasi dengan publik, yaitu publik internal dan publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan.
2. Tujuan Penggunaan Media  
Secara umum penggunaan media dalam kegiatan organisasi mempunyai beberapa tujuan:
  - a. Membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa
  - b. Menjalinkan komunikasi berkesinambungan
  - c. Meningkatkan kepercayaan publik
  - d. Meningkatkan citra baik organisasi

### 3. Macam Media

Untuk mendukung tujuan tersebut, dalam hal ini dikenal berbagai macam media yang dapat digunakan dalam kegiatan organisasi. Secara garis besar media tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Media cetak, termasuk di dalamnya adalah *house journal*, surat kabar, majalah, dan sebagainya;
- b. *Broadcasting media*, termasuk di dalamnya adalah radio, televisi;
- c. *Special event* (kegiatan-kegiatan khusus);
- d. Media luar ruang, termasuk di dalamnya spanduk, papan reklame, poster, dan lain-lain.

Di bawah ini akan dijelaskan mengenai masing-masing media.

#### 1. Media Cetak

##### a. *House Journal*

*House journal* adalah suatu “pemberitaan untuk kalangan sendiri” (*Private Publication*) yang dibedakan dari *commercial perss*. Ada beberapa nama untuk *house journal* seperti bulletin, berita atau koran. Di negara-negara berkembang *house journal* membantu melengkapi pers komersial, jenis-jenis *house journal* adalah :

- (a) Majalah,
- (b) *Newsletter*
- (c) Koran
- (d) Majalah dinding

#### 2. Surat Kabar

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai macam bentuk, yang perlu diperhatikan dalam merencanakan dan membuat surat kabar adalah :

##### a. Frekuensi terbit

- Frekuensi penerbitan surat kabar dibedakan menjadi lima macam (Renald Kasali, 1993) sebagai berikut :

- a. 7x seminggu
- b. 6x Seminggu
- c. 3x seminggu
- d. 2x seminggu
- c. 1x seminggu

##### b. Ukuran

Di Indonesia dikenal dua jenis ukuran surat kabar, yakni ukuran standar dan ukuran tabloid. Memang sebagian besar menggunakan ukuran standar, akhir-akhir ini banyak sekali perkembangan, khususnya tabloid. Tabloid biasanya sudah mempunyai format isi khusus, misalnya :

- a. Bola - Olahraga
- b. Nova - Kewanitaan
- c. Fantasi - Berita anak-anak
- d. Kontan - Berita ekonomi

##### c. Sirkulasi,

Surat kabar merupakan media komunikasi massa yang dapat menjangkau sebagai berikut:

1. Surat kabar nasional
2. Surat kabar regional
3. Surat kabar lokal

##### d. Kekuatan dan kelemahan surat kabar

###### 1. Kekuatan surat kabar

- a. Surat kabar dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai dengan cakupan pasarnya (*Market Coverage*)
- b. Menyangkut kebiasaan konsumen membawa surat kabar sebagai referensi untuk memilih barang (*Catalog Value*)

- c. Konsumen memandang surat kabar memuat hal-hal yang actual yang perlu segera diketahui oleh banyak Pembacanya (*Positive Consumer Attitudes*)
- d. Mengutamakan pesan-pesan yang bersifat visual, berita-berita tertulis, gambar-gambar, foto dengan warna dan tata letak yang khusus
- 2. Kelemahan surat kabar
  - a. Sekalipun jangkauannya bersifat masal, surat kabar dibaca orang dalam waktu singkat dan biasanya hanya sekali dibaca, selain itu surat kabar juga cepat basi (*Short Life Span*)
  - b. Isi yang dipaksakan dihalaman surat kabar yang tidak punya manajemen redaksi dan tata letak yang baik bisa mengacaukan mata dan daya serap membaca (*Clutter*)
  - c. Sekalipun surat kabar mempunyai sirkulasi yang luas, beberapa kelompok pasar tertentu tetap tidak dapat dilayani dengan baik (*Limited Coverage of Certain group*)
- 3. Majalah

Berbeda dengan surat kabar, majalah lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca lebih sedikit dibandingkan dengan surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih mengelompok. Pembaca majalah dapat diklasifikasikan menurut segmen-segmen demografis, misalnya majalah anak-anak, remaja pria, remaja wanita, wanita

dewasa, pria dewasa dan lain sebagainya. Kekuatan dan kelemahannya adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan majalah
  - 1. Publik sasaran, majalah dapat menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi
  - 2. *Long life span*, memiliki usia edar lebih panjang
  - 3. Kualitas visual, lebih menarik karena kertas maupun cetakannya berkualitas, terutama berita
  - 4. Promosi penjualan, sebagai media yang efektif untuk menyiarkan pesan iklan, cenderung ke promosi penjualan, seperti kupon, contoh produk, kartu-kartu petunjuk
- b. Kelemahan majalah
  - 1. Biaya tinggi karena majalah pada umumnya menggunakan kertas kualitas baik dan eksemplar terbatas, ini menyebabkan biaya produksi lebih tinggi
  - 2. Distribusi, banyak majalah yang peredarannya lambat sehingga hanya menumpuk di toko-toko. Hal ini terjadi jika sesuatu majalah tidak memiliki jaringan distribusi yang tepat. Khusus untuk daerah-daerah pedalaman harga bisa bertambah mahal karena biaya pengiriman yang tinggi

### Pemilihan Media Publisitas

Menurut H. Frazier Moore, 2004, pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran berita. Disamping media

berita yang cukup potensial perlu untuk dipertimbangkan media-media publisitas yang lain yang dipandang ampuh untuk melakukan kegiatan komunikasi. Media-media tersebut antara lain :

1. Radio

Siaran radio mempunyai kemampuan menjangkau pendengar diseluruh penjuru tanah air tanpa kesulitan karena letak geografis maupun jarak radio, sebagian penduduk bisa mengikutinya. Keunggulan dan kelemahan siaran radio

- Keunggulan siaran radio
  - a. Siaran radio mempunyai kekuatan mengutarakan gagasan atau pendapat secara sederhana dan langsung
  - b. Teks siaran radio sangat luwes, karena mudah dikoreksi ditambah atau ditulis kembali sebelum siaran
  - c. Radio sudah mempunyai publik khusus
- Kelemahan siaran radio
  - a. Uraian dialog dan isi materinya kurang bervariasi
  - b. Fakta-fakta tidak bisa dibebaskan selengkapya, karena selain harus sederhana, isi siaran juga harus disusun singkat
  - c. Melelahkan, karena perhatian pendengar harus dipusatkan pada suara atau satu pokok acara selama waktu tertentu
  - d. Hanya bisa didengar dan sekali hanya saat itu (audio)

2. Siaran Televisi

Kegunaan siaran televisi untuk menyebarluaskan informasi dan berita, sudah cukup banyak siaran televisi saat ini dan berkembang sangat pesat. Siaran televisi mempunyai keunggulan dan kelemahan antara lain :

- Keuntungan televisi sebagai media massa
  - a. Siaran yang dipancarkan menjangkau keseluruhan lapisan masyarakat
  - b. Punya daya tarik khusus sebagai media “pandang-dengar” (*audio-visual*)
- Kelemahan televisi sebagai media massa
  - a. Biaya relatif mahal
  - b. Komunikasi satu arah
  - c. Sebagai media audio visual, namun relatif dalam pandangan yang cepat
  - d. Daya beli cukup mahal

3. Berita

Berita adalah fakta, opini, pesan, informasi yang mengandung nilai-nilai yang diumumkan, diinformasikan yang menarik perhatian setiap orang. Unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam pembuatan berita antara lain:

- a. Unsur waktu, berita itu harus hangat dan actual, baru terjadi dan merupakan perkembangan terakhir dari suatu peristiwa
- b. Unsur jarak, artinya hubungan batin/ kejiwaan psikologi, misalnya peristiwa jatuhnya pesawat terbang
- c. Unsur menempatkan, mengatur letak yang terpat pada orang yang terlibat di dalam peristiwa penting

- d. Unsur pengaruh langsung kepada minat pembacanya. Siap yang berpengaruh baik itu perbuatan, sumbangan, material dan sebagainya
  - e. Unsur minat manusia, biasanya mengandung hal-hal yang langsung menyentuh nilai-nilai kemanusiaan, misalnya berita tanah longsor, banjir, gempa bumi dan sebagainya
4. Surat Kabar
- Surat kabar dibaca oleh segala lapisan masyarakat. Bahasanya harus sederhana dan mudah dipahami, gaya bahasa harus menarik dan tidak berbelit-belit, susunannya kalimatnya harus tepat dan mudah ditangkap. Dalam menguraikan cerita haruslah mudah dibaca dan dimengerti. Beberapa pedoman yang perlu diperhatikan dalam menggunakan bahasa surat kabar adalah sebagai berikut :
- a. Meskipun sederhana harus tetap teratur dan mudah dipahami
  - b. Tidak menggunakan bahasa yang muluk-muluk
  - c. Hindari bahasa buku yang menyebabkan kaku, karena bahasa buku tidak bisa didengar dalam pembicaraan
  - d. Hindari kata-kata salah, tiap perkataan yang dipakai harus benar dan tepat dalam penggunaannya
  - e. Susunan bahasa harus hidup agar menarik perhatian, gaya bahasa harus baik dan menyenangkan, wajar, dan tidak dibuat-buat
5. Jurnalistik
- Jurnalis adalah suatu bentuk kegiatan, sedangkan pers adalah media untuk menyalurkan kegiatan tersebut. Misalnya,
- a. memberi informasi;
  - b. menginterpretasikan;
  - c. membimbing atau mendidik;
  - d. menghibur;
6. Pidato
- Dalam berbagai situasi seorang pimpinan sering sekali untuk diminta berpidato, berbicara dalam berbagai pertemuan dari yang sangat sederhana sampai ke pertemuan yang resmi dan penting. Semua itu merupakan bentuk komunikasi antar manusia untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam berpidato yang perlu diperhatikan adalah menguasai masalah yang dibicarakan. Seseorang yang hendak pidato harus menguasai dasar-dasar teknik pidato dan teknik-teknik komunikasi. Untuk berpidato seseorang harus terampil dan tangkas, luwes dan etis dalam berbicara. Tujuan pidato adalah :
- a. Menarik perhatian dan menyenangkan publik
  - b. Memberi Informasi, mengarahkan dan mendidik
  - c. Merangsang, memotivasi dan memberi kesan
  - d. Membujuk/ meyakinkan kelompok/publik
- Persyaratan-persyaratan yang harus ada dalam berpidato antara lain :
- 1. Membuat uraian yang lengkap, pengkajian masalah, kesimpulan dan saran-saran
  - 2. Uraian tegas dan konsisten dalam arti tidak memungkinkan pertanyaan yang timbul atau tafsiran yang keliru
  - 3. Uraian harus jelas, cermat dan sederhana. Pertanyaan

–pertanyaan harus dalam bahasa yang jelas dan meyakinkan serta tidak menimbulkan perbedaan tafsiran

Isi pidato harus disesuaikan dengan topic yang diberikan. Tetapi seandainya berdasarkan permintaan dalam pemilihan dan penentuan topik, harus diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Publik.
- b. Peristiwa
- c. Topik
- d. Tersedianya bahan-bahan yang akan dipergunakan dalam penulisan
- e. Secara skematis uraian penyajian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :
  - Pendahuluan
  - Batang tubuh pidato terdiri dari beberapa anak judul
  - Kesimpulan dan saran
  - Penutup
- f. Setelah bahan pidato selesai, kemudian dibuatkan catatan-catatan kecil untuk mengingat urutan-urutannya dan untuk membantu pembicara dapat menatap publik.

### **Kesimpulan**

Komunikasi dalam organisasi menjadi titik sentral dalam setiap proses dan hubungan kemanusiaan yang menyangkut kepribadian, sikap, dan tingkah laku

Komunikasi timbal balik memiliki peranan penting dalam pergaulan manusia, sedangkan komunikasi interpersonal sangat menentukan keberhasilan komunikasi timbal balik. Beberapa jenis komunikasi yang dapat membawa organisasi kearah perbaikan dan pengembangan sebagai berikut :

1. Komunikasi vertical sebagai nilai utamanya adalah pimpinan yang akan mengetahui apakah karyawan mengerti pesan yang disampaikan.
2. Komunikasi diagonal merupakan komunikasi singkat atau pendek, diperlukan untuk menyampaikan berita secara cepat, dan penanganan yang praktis ditengah-tengah kesibukan.
3. Komunikasi horizontal merupakan jalur komunikasi dalam pelaksanaan dan fungsi organisasi secara keseluruhan, membuat organisasi bersatu dan berfungsi.
4. Komunikasi internal bertujuan membangun kerja sama, membuat dan menjadikan karyawan ikut memiliki dan bertanggung jawab terhadap organisasinya, membentuk citra baik organisasi dan menanamkan kepercayaan bagi public eksternal. Sedangkan komunikasi eksternal menciptakan opini public sebagai efeknya.
5. Komunikasi eksternal menciptakan relasi dan pengembangan serta merupakan kelangsungan kehidupan organisasi
6. Seorang praktisi professional mampu menyusun konsep, menentukan strategi, sebagai penasihat dan mampu mengikuti tren secara sistematis prosesnya
7. Sebagai teknisi mampu mengoperasikan suatu konsep secara terkoordinasi, terorganisasi dan berhasil sesuai rencana
8. Komunikasi interpersonal dapat menentukan keberhasilan komunikasi dengan dibantu oleh sikap dan tingkah laku yang etis, konsentrasi pada komunikasi akan memudahkan kontak pribadi



## **Daftar Pustaka**

- Effendy, Uchjana Onong, "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi", Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- Mulyana, Deddy, "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", Remaja Rosdakarya, Bandung 2002.
- Rumanti, Assumpta Maria Sr, "Dasar-Dasar Public Relations ; Teori dan Praktik", Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta 2002.
- Ruslan, Rosady, "Etika Kehumasan; Konsepsi & Aplikasi", Raja Grafindo Persada, Jakarta 2002.
- Kasali, Renald, "Membidik Pasar Indonesia; Segmentasi *"Targeting Positioning"*., Gramedia Pustaka Utama, 1998
- Arni Muhammad, "Komunikasi Organisasi", Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Thoha, Miftah, "Perilaku Organisasi ; Konsep Dasar dan Aplikasinya", RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Moore, Frazier H, "Humas; Membangun Citra Dengan Komunikasi", Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.