



## **Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi**

### ***Communicators and Communicants in Organizational Development***

**Sri Wahyuni Harahap, Ruri Regita Br. Ginting, Muhammad Rasyidin & Dedi Sahputra**

Program Pasca Sarjana Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

#### **Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperhatikan oleh komunikator dan komunikan dalam komunikasi organisasi, tujuan dan fungsi komunikasi organisasi, proses komunikasi organisasi, komunikasi sebagai kebutuhan organisasi dan untuk mengetahui peran komunikator dan komunikan dalam pengembangan organisasi. Masalah difokuskan pada bagaimana peran komunikator dan komunikan dalam kehidupan berorganisasi, bagaimana komunikasi sebagai kebutuhan pengembangan organisasi dan hal-hal yang perlu diperhatikan komunikator dan komunikan. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori dari berbagai sumber tulisan. Data-data dikumpulkan melalui studi literatur dan dianalisis secara kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan bagian terpenting dalam menjembatani kepentingan individu dengan komunitasnya. Proses komunikasi akan berlangsung secara efektif jika komunikasi dilakukan dua arah, sehingga akan terjadi interaksi timbal balik antara komunikator dan komunikan dalam proses penyampaian suatu pesan, dengan menggunakan alat atau media yang sesuai dengan pesan yang disampaikan.

**Kata Kunci:** komunikator; komunikan; pengembangan organisasi.

#### **Abstract**

*This article aims to determine the things that need to be considered by communicators and communicants in organizational communication, goals and functions of organizational communication processes, communication as organizational needs and to determine the role of communicators and communicants in organizational development. The problem is focused on how the role of communicators and communicants in organizational life, how communication is needed for organizational development and things that need to be considered by communicators and communicants. In order to approach this problem, theoretical references from various written sources are used. The data were collected through literature study and analyzed qualitatively. This study concludes that communication is the most important part in bridging the interests of individuals and their communities. The communication process will take place effectively if communication is carried out in two directions, so that there will be reciprocal interaction between the communicators and communicants in the process of delivering a message, using tools or media that are in accordance with the message conveyed.*

**Keywords:** communicator; communicant; organizational development.

**How to Cite** Harahap, S.W. Ginting, R.R. Rasyidin, M. & Sahputra, D, (2021). Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(1) 2021: 106-114,

\*E-mail: 5121hrp@gmail.com

ISSN 2550-1305 (Online)



## **PENDAHULUAN**

Komunikasi adalah penghubung semua interaksi sosial. Apabila individu telah menjalin suatu hubungan secara tetap, maka sistem komunikasi yang dihasilkan akan menentukan apakah sistem tersebut dapat memperlambat, mempersatukan, mengurangi ketegangan, melenyapkan persengketaan atau sebaliknya. Seperti dalam sebuah perusahaan yang memiliki struktur organisasi tertata, sangat bergantung pada keberhasilan komunikasi antara atasan dan bawahan yang ada didalamnya. (Gustian Dkk, 2020; Sukoco Dkk, 2020).

Menurut Wursanto (dalam Oktavia, 2016) pengertian komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/ penyampaian warta/ berita/ informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian. (Sabila Dkk, 2019; Sarah, 2020). Selain itu, dikenal pula istilah komunikasi organisasi, yaitu proses penyampaian pesan atau pertukaran pesan yang terjadi dalam suatu organisasi. Suatu organisasi dapat berjalan dengan baik bila bagian-bagian dalam organisasi tersebut dapat berkomunikasi dengan baik tentang tugas, fungsi dan tujuan organisasi tersebut. Pencapaian tujuan organisasi ditunjang pula oleh komunikasi yang lebih terbuka, maka setiap individu harus menjunjung tinggi kejujuran. Kejujuran inilah yang dapat meningkatkan integritas, baik personal maupun kelompok. Integritas yang tinggi dapat membuat suasana kerja menjadi lebih kondusif. Selain itu, jika di dalam sebuah tim kerja sudah terjalin komunikasi yang efektif, maka penyelesaian tugas akan semakin efektif dan efisien. (Simorangkir Dkk, 2014; Siregar & Suryani, 2013).

Rogers (dalam Mulyana & Dedy, 2011) menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sedangkan Miller (dalam Mulyana & Dedy, 2011) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seorang sebagai konsekuensi dari hubungan sosial. Komunikasi mengandung tujuan tertentu. Selanjutnya Effendy (2004) mengartikan komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah pendapat dan sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan atau tulisan, langsung maupun tidak langsung tetapi melalui media. Rubben (dalam Hermana & Ujang Cepi, 2015) memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai 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. (Hardjo & Chairiah, 2012; Roslina & Suryani, 2010).

Menurut Katz dan Kahn (dalam Polii, dkk 2019) bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti dalam suatu organisasi. Zelco dan Dance mendefinisikan komunikasi organisasi dengan suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi organisasi juga dikemukakan oleh Goldhaber (dalam Cahyadi, 2017) sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Wayne dan Faules (dalam Polii, dkk 2019) mengemukakan definisi komunikasi organisasi dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, perspektif tradisional (fungsional dan objektif), bahwa komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Kedua, perspektif interpretif (subjektif) memaknai komunikasi

organisasi sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. (Zulhafni & Suryani, 2021; Sarinah & Azhar, 2010).

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan dalam sebuah organisasi. Komunikator haruslah seseorang yang memiliki gagasan, maksud, informasi dan tujuan berkomunikasi. Bisa seorang atasan maupun bawahan. Changara (dalam Bangun, dkk. 2018) menjelaskan bahwa komunikator adalah pihak-pihak yang menyampaikan pesan kepada seseorang ataupun khalayak luas. Sedangkan menurut Effendy (2000) komunikator adalah suatu kelompok ataupun seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan ataupun pemikirannya kepada orang lain. Menurut Tan (dalam Suranto, 2011) karakteristik komunikator diantaranya mencakup keahlian dan kredibilitas, daya tarik dan kepercayaan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dan menentukan keberhasilan komunikator melaksanakan komunikasi.

Komunikasi merupakan penerima pesan yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Komunikasi yang baik bukan saja mengerti akan makna pesan, tetapi juga secara emosional terdorong untuk melakukan atau menuruti pesan yang diterimanya. Kejelasan, ketelitian dan intensitas komunikasi akan mempengaruhi tingkat perilaku dan hasil kerja para komunikasi. Selain sebagai sarana penyaluran masukan sosial ke dalam sistem sosial, komunikasi juga merupakan sarana modifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan, memproduksi informasi, sarana untuk mencapai tujuan serta membantu pelaksanaan dan memadukan fungsi-fungsi manajemen sebagaimana dijelaskan oleh Falimu (2017).

Menurut Liliweri (2014), terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yaitu bersifat umum dan bersifat khusus. Secara umum, fungsi komunikasi adalah: 1) Untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. 2) Untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. 3) untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar individu bisa belajar dari orang lain (internal). 4) Komunikasi menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi. Lalu secara khusus fungsi komunikasi adalah: 1) Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah. 2) Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produksi organisasi. 3) Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Terdapat pula fungsi komunikasi organisasi menurut Masmuh (2010) sebagaimana berikut ini: 1) Fungsi Produksi dan Pengaturan Komunikasi yang terutama berhubungan dengan penyelesaian pekerjaan dan membantu organisasi mencapai tujuan produksi (produk, jasa-jasa dsb) adalah berorientasi pengaturan dan produksi. 2) Fungsi Pembaharuan Aktivitas-aktivitas komunikasi seperti sistem saran di seluruh organisasi, pekerjaan penelitian dan pengembangan, riset dan analisa pasar. Fungsi ini dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan. 3) Fungsi Pemasarakatan atau Pemeliharaan Aktivitas-aktivitas komunikasi yang menyangkut harga diri para anggota organisasi, imbalan dan motivasi.

Menurut Jefkins (2008) komunikasi di dalam organisasi memiliki tiga bentuk, yaitu: 1). Komunikasi vertikal dari atas ke bawah, yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari level atas ke level bawah atau ke anggota sistem sosial. 2) Komunikasi vertikal dari bawah ke atas,

yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari anggota organisasi atau level bawah ke level atasan. 3) Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari unit kerja dengan level yang sama.

Berdasarkan berbagai tinjauan diatas, tujuan penulisan ini semakin terlihat bahwa penting untuk memperhatikan kredibilitas dan kemampuan seorang komunikator dalam menyampaikan informasi kepada komunikan. Tanpa adanya komunikasi yang baik dalam suatu organisasi maka cenderung mustahil organisasi tersebut dapat melaksanakan semua tugas pokok dan fungsinya dengan baik dan tepat waktu. Untuk itu semua jajaran pimpinan dan semua anggota organisasi perlu memperhatikan betapa pentingnya komunikasi dalam suatu organisasi.

## **METODE PENELITIAN**

Data-data dalam tulisan ini dikumpulkan dengan metode pengumpulan data dengan dokumen/ studi literatur dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Creswell (2010) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Tujuan dari metodologi ini bukan suatu generalisasi tetapi pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Kajian dokumen/ studi literatur dilakukan dengan cara menyelidiki data yang didapat dari dokumen, catatan, file, dan hal-hal lain yang sudah didokumentasikan.

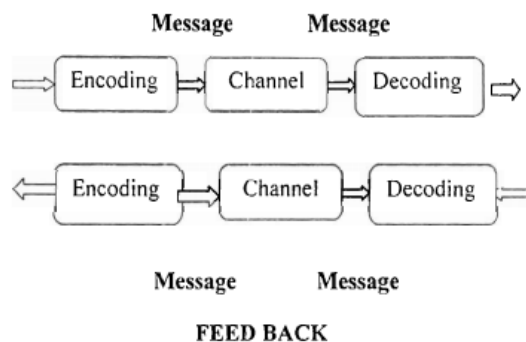
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut Katz dan Kahn (dalam Polii, dkk 2019) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti dalam suatu organisasi. Zelco dan Dance mendefinisikan komunikasi organisasi dengan suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi organisasi dikemukakan oleh Goldhaber (dalam Cahyadi, 2017) adalah sebagai berikut: "komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menikar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan, dalam sebuah organisasi. Komunikator haruslah seseorang yang memiliki gagasan, maksud, informasi dan tujuan berkomunikasi. Bias seorang atasan maupun bawahan. Komunikator adalah pihak-pihak yang menyampaikan pesan kepada seseorang ataupun khalayak luas (Changara dalam Bangun, dkk, 2018). Komunikan (receiver): merupakan penerima pesan yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Komunikasi yang baik bukan saja komunikan mengerti akan makna pesan, tetapi juga secara emosional terdorong untuk melakukan atau menuruti pesan yang diterimanya. Dengan kata lain kejelasan, ketelitian dan intensitas komunikasi akan mempengaruhi tingkat perilaku dan hasil kerja para bawahan. Selain sebagai sarana penyaluran masukan sosial ke dalam sistem sosial. Komunikasi juga merupakan sarana memodifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan, memproduktifkan informasi, sarana untuk mencapai tujuan serta membantu pelaksanaan dan memadukan fungsi-fungsi manajemen (dalam Falimu, 2017).

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang efektif dan tepat sasaran. Agar terjalin komunikasi yang efektif antara komunikator dan komunikan, terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan, diantaranya yaitu: 1) Komunikasi efektif diawali dengan penetapan kode (*encoding*) atau simbol agar pesan dapat diterima serta dipahami dengan baik oleh komunikan

secara jelas. 2) *Decoding*, adalah suatu kemampuan komunikasi untuk memahami suatu pesan yang diterimanya. Karena itu, sangat penting memahami komunikasi guna menentukan cara penyampaian dan gaya bahasa yang sesuai dengan mereka. 3) Konteks komunikasi yaitu ruang, tempat dan kepada siapa kita melakukan komunikasi. Termasuk di sini level komunikasi baik itu komunikasi pribadi, kelompok, organisasi maupun massa. Konteks komunikasi memperhatikan usia, jenis kelamin, wilayah dan kemampuan intelektual komunikasi. 4) Bahasa tubuh meliputi postur, posisi tangan dan lengan, kontak mata, maupun ekspresi wajah. Bahasa tubuh yang sesuai dapat meningkatkan pemahaman. 5) Gangguan/ hambatan. Sebagai contoh: emosi, jika komunikator marah, kemampuannya mengirimkan pesan efektif akan berpengaruh negatif. Begitupun jika komunikasi dalam keadaan kecewa atau tidak sependapat dengan komunikator. 6) Pikiran terbuka. Jangan terlalu menilai atau mengkritik ucapan orang lain. Mengedepankan dalam menghargai pendapat dan pandangan orang lain, menunjukkan empati dengan berusaha memahami situasi atau masalah dari perspektif orang lain adalah hal yang sangat dianjurkan. 7) Menjadi pendengar yang baik dan efektif akan membantu kita memahami pemikiran dan perasaan orang lain. Caranya menunjukkan bahwa kita fokus mendengarkan ucapan orang lain. 8) Pastikan pendengar yang baik dan aktif akan membantu kita memahami pemikiran dan perasaan orang lain. Caranya menunjukkan bahwa kita fokus mendengarkan ucapan orang lain, seperti menganggukkan kepala dan membuat sinyal bahwa kita setuju dengan mengatakan sesuatu dan hindari menginterupsi pembicaraan orang lain. Bila proses komunikasi tersebut dibuat dalam bentuk diagram, maka akan terlihat seperti berikut ini:



Keterangan:

- Komunikator: adalah orang yang menyampaikan pesan, dalam sebuah organisasi. Komunikator haruslah seseorang yang memiliki gagasan, maksud, informasi dan tujuan berkomunikasi. Bisa seorang atasan maupun bawahan.
- Penyandian (*encoding*): setelah ada komunikator, harus ada penyandian yang menerjemahkan gagasan komunikator menjadi serangkaian tanda yang sistematis, menjadi bahasa yang mengungkapkan tujuan komunikator. Dengan demikian, fungsi penyandian adalah menyediakan bentuk tertentu agar gagasan dan tujuan dapat diungkapkan sebagai sebuah pesan.
- Pesan (*message*): pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan adalah hal-hal yang diharapkan komunikator untuk disampaikan kepada penerima yang diinginkan. Bentuk pesan yang disampaikan tergantung pada perantara yang dipakai untuk menyampaikan pesan
- Penguraian sandi (*decoding*): penguraian sandi adalah istilah teknis bagi proses pemikiran penerima pesan. Para penerima pesan menafsirkan (menguraikan sandi) pesan sesuai dengan pengalaman dan kerangka acuan mereka.

- Komunikasikan: merupakan penerima pesan yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.
- *Feedback*: merupakan respon terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksud pengirim pesan

Liliwari (2013: 372-373) mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni: 1) Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat 2) Membagi informasi. 3) Menyatakan perasaan dan emosi 4) Melakukan koordinasi. Komunikasi adalah penting untuk berfungsinya internal perusahaan. Karena itu menurut Harold Koontz (Moekijat, dalam Bangun, dkk, 2018) bahwa komunikasi menyatukan fungsi-fungsi manajerial, dan komunikasi diperlukan untuk 1) Menentukan dan menyebarkan tujuan perusahaan. 2) Mengembangkan rencana guna pencapaiannya. 3) Mengatur sumber daya manusia dan sumber daya-sumber daya lainnya dengan cara yang se-efektif dan se-efisien mungkin. 4) Memilih, mengembangkan dan menilai anggota-anggota organisasi. 5) Memimpin, mengarahkan, memotivasi dan menciptakan suatu suasana di mana orang-orang mau memberikan sumbangan. 6) Mengawasi pelaksanaan pekerjaan.

Menurut (Masmuh, 2010: 73) ada beberapa fungsi komunikasi dalam organisasi diantaranya: 1) Fungsi Produksi dan Pengaturan Komunikasi yang terutama berhubungan dengan penyelesaian pekerjaan dan membantu organisasi mencapai tujuan produksi (produk, jasa-jasa dsb) adalah berorientasi pengaturan dan produksi. 2) Fungsi Pembaharuan Aktivitas-aktivitas komunikasi seperti sistem saran di seluruh organisasi, pekerjaan penelitian dan pengembangan, riset dan analisa pasar. Fungsi ini dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. 3) Fungsi Pemasarakatan atau Pemeliharaan Aktivitas-aktivitas komunikasi yang menyangkut harga diri para anggota organisasi, imbalan dan motivasi.

Setiap pesan yang disampaikan dalam komunikasi organisasi mempunyai alasan tertentu mengapa dikirimkan dan diterima oleh orang-orang tertentu dalam komunitas organisasi tersebut. Menurut Muhammad (dalam Hermana & Ujang Cepi, 2015), ada beberapa fungsi pesan yang disampaikan dalam komunikasi organisasi, yang berhubungan dengan tugas-tugas kemanusiaan, dan pembaharuan dalam organisasi, yaitu: 1) Pesan tugas, yaitu pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas-tugas organisasi oleh anggota organisasi. Pesan tersebut mencakup pemberian informasi kepada bawahan untuk melakukan tugas secara efisien, seperti pemberian latihan, orientasi, penentuan tujuan, produktivitas dan lain-lain. 2) Pesan pemeliharaan, yaitu pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi, pesan ini mencakup perintah, ketentuan, prosedur, aturan dan kontrol yang diperlukan untuk mempermudah gerakan organisasi untuk mencapai *output* sistem. 3) Pesan kemanusiaan, yaitu diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka, pesan ini berkenaan dengan hubungan interpersonal, konsep diri perasaan dan moral. Yang termasuk dalam kategori pesan ini adalah penghargaan terhadap hasil yang dicapai, penyelesaian konflik antara individu atau kelompok aktivitas informal dan bimbingan. 4) Pesan pembaharuan, yaitu suatu pesan yang menjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Untuk itu suatu organisasi membuat rencana-rencana baru, aktivitas-aktivitas baru, program-program baru, proyek-proyek baru dan saran-saran baru pula.

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan tidaklah dapat dipungkiri, demikian pula halnya dalam suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik akan membantu kelancaran organisasi. Komunikasi yang efektif adalah merupakan bagian yang penting bagi semua organisasi. Setiap kelompok orang yang bekerja-sama akan terjadi suatu komunikasi atau hubungan sesuai dengan tugas yang diembannya, sehingga menampilkan perilaku yang mendorong timbulnya kesadaran dalam berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Myers & Myers (dalam (dalam Hermana & Ujang Cepi, 2015) menekankan bahwa komunikasi itu penting dan merupakan sentral dari kehidupan organisasi, tetapi menganggapnya hanya sebagai salah satu dari sejumlah proses yang berlangsung dalam organisasi.

Melalui proses komunikasi akan dapat ditentukan keputusan apa yang akan dilakukan oleh setiap individu atau kelompok tentang bagaimana menentukan langkah atau hasil yang akan diperoleh ke depan, karena dengan komunikasi akan dapat dijadikan pedoman dalam menentukan apakah kerjasama dapat dilanjutkan atau tidak dapat dilanjutkan (dalam Wibowo, 2013). Komunikasi sangat berperan dalam menjaga kebutuhan manusia, karena komunikasi dibangun sebagai sebuah mekanisme penyesuaian diri untuk manusia. Mekanisme penyesuaian diri adalah alat bagi manusia yang digunakan untuk menolong mereka mengenali dan merespon yang mengancam eksistensinya.

Komunikasi dalam organisasi memerlukan pemahaman yang jelas dan harus efektif tentang kebutuhan orang-orang dalam organisasi, hal ini diperlukan agar organisasi berjalan dengan efektif dan efisien. Untuk itu pimpinan organisasi harus menyadari bahwa semua orang yang terlibat dalam organisasi memiliki kebutuhan yang harus diperhatikan. Dalam suatu organisasi hal-hal seperti ini harus dipahami oleh pimpinan agar komunikasi berjalan dengan baik. Karenanya, tanpa memperhatikan kebutuhan-kebutuhan setiap anggota yang ada dalam organisasi maka akan diragukan loyalitas dan kinerja setiap anggota organisasi tersebut, yang akhirnya membawa dampak kepada tujuan yang harus dicapai organisasi sesuai dengan rencana-rencana yang telah ditetapkan. Oleh karena itu perlu dipahami bahwa ada suatu kebutuhan yang sulit diidentifikasi, misalnya keinginan mencapai rasa aman/ jaminan.

Komunikasi pada dasarnya dilakukan dengan memperhatikan berbagai kepen-tingan dan kebutuhan orang yang ada dalam organisasi. Kohesi kelompok yang dikemukakan di atas merupakan bagian dari upaya untuk mengetahui keinginan kelompok tersebut. Hubungan yang harmonis antara anggota dengan organisasi secara signifikan akan mempengaruhi kinerja organisasi, dan jika kinerja ini berhasil sesuai dengan rencana, maka produktivitas organisasi juga akan meningkat. Produktivitas yang meningkat merupakan indikator bahwa suatu organisasi mampu mengkomunikasikan rencananya kepada seluruh jajaran organisasi, sekaligus mampu mengkomunikasikan peran organisasi tersebut di lingkungannya.

Meski tidak menjamin terjalannya efisiensi operasional organisasi, tetapi komunikasi yang tidak efisien akan menimbulkan suatu kondisi yang akan menghalangi terjadinya efisiensi organisasi. Komunikasi dan fungsi sumber daya manusia adalah hal yang saling terikat satu sama lain. Komunikasi telah lama dipahami sebagai salah satu hal yang sangat berarti bagi kelangsungan hidup baik orangnya maupun organisasinya (dalam Sahputra, 2018).

Suatu masalah dalam organisasi adalah perbedaan antara apa yang kita pikirkan untuk mengambil peran dalam komunikasi dan peran yang akan kita inginkan. Dengan demikian apakah sesuatu harus diubah adalah dengan membandingkan apa yang tengah dilakukan sekarang dengan ukuran-ukuran organisasi efektif, misalnya seperti penurunan jumlah pemilih,

absensi, ketidakpedulian, rendahnya pencapaian tujuan, keluhan-keluhan, kesalahan kerja, kecelakaan dan berbagai konsekuensi kerja dalam organisasi kerja dalam organisasi yang berbeda dengan apa yang diinginkan (dalam Sahputra, 2018).

## **SIMPULAN**

Komunikasi sangat berperan dalam menjaga kebutuhan individu, karena komunikasi dibangun sebagai sebuah mekanisme penyesuaian diri untuk individu. Mekanisme penyesuaian diri adalah alat yang digunakan untuk menolong individu mengenali dan merespon kondisi yang mengancam eksistensinya.

Komunikator dan komunikan dalam organisasi memerlukan sarana komunikasi yang jelas agar dapat memahami kebutuhan satu sama lain. Hal ini diperlukan agar tujuan organisasi dapat tercapai. Untuk itu pimpinan organisasi harus menyadari bahwa semua orang yang terlibat dalam organisasi memiliki kebutuhan yang harus diperhatikan. Tanpa memperhatikan kebutuhan-kebutuhan setiap anggota yang ada dalam organisasi maka akan diragukan loyalitas dan kinerja setiap anggota organisasi tersebut, yang akhirnya membawa dampak kepada tujuan yang harus dicapai organisasi sesuai dengan rencana-rencana yang telah ditetapkan.

Perhatian terhadap berbagai kepentingan dan kebutuhan individu yang ada dalam organisasi akan melahirkan kohesi kelompok yang dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara anggota dengan organisasi dan secara signifikan akan mempengaruhi kinerja organisasi. Jika kinerja ini berhasil sesuai dengan rencana, maka produktivitas organisasi juga akan meningkat. Produktivitas yang meningkat merupakan indikator bahwa suatu organisasi mampu mengkomunikasikan rencananya kepada seluruh jajaran organisasi, sekaligus mampu mengkomunikasikan peran organisasi tersebut di lingkungannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bangun, L. Borneo. Debie Kawangian, Lingkaran Tulung. (2018.) Peranan Komunikasi Organisasi Pada Unit Buku:  
Bunaken. Jurnal Ilmu Komunikasi. (8):1-18.
- Cahyadi, N.K. (2017). Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi Dengan Loyalitas Karyawan Di Sofitel Bali Effendy, Onong Uchjana. (2001). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi Dan Bangunan.
- Gustian, V., Lubis, M., & Hasanuddin, H. (2020). Hubungan Moral Kerja dan Locus Kendali dengan Komitmen Organisasi Widyaiswara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(2), 153-167. doi:<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v2i2.309>
- Harahap, Edy Ahmad. (2014). Komunikasi Antar Pribadi. Yogyakarta. PT: Ar-Ruzz Media
- Hardjo, S., Chairiah Y., (2012), Hubungan Komunikasi Interpersonal dan Persepsi Pengembangan Karir dengan Kepuasan Kerja, *Analitika*: 4 (1): 1-9
- Hermana, Dody. Ujang Cepi. (2015). Komunikasi Dalam Organisasi. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Jeffkins, Frank. (2010). Public Relations (terjemahan oleh Haris Munandar). Jakarta: PT Erlangga
- Jurnal Ilmu Komunikasi. 9(1).  
Komunikasi, Sosial dan Budaya. 9(1): 52-68
- Liliwari, Alo. (2014). Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT: Bumi. Aksara.
- Mahasiswa "Acta Diurna" Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Manado. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Masmuh, Abdullah. (2010). Komunikasi Organisasi dalam Prespektif Teori dan Praktek. Malang: UMM Pres.
- Mulyana, Deddy. (2003). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nusa Dua Beach Resort. Jurnal E-Komunikasi. 5 (1):1-11.
- Oktavia, Fenny. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. Jurnal Ilmu Komunikasi.

- Polii, Keizia Jeina. (2019). Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota Pers
- Roslina, D., Suryani H., (2010), Hubungan antara Kecerdasan Emosi dan Komunikasi Interpersonal dengan Efektifitas Kepemimpinan pada RSUP H. Adam Malik Medan, *analitika*: 2 (1): 42-55
- Sabila, L., Mariatin, E., & Budiman, Z. (2019). Pengaruh Persepsi Gaji dan Iklim Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan Sekretaris di PT Prudential Life Assurance Prudance Medan Tabularasa: *Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 170-179.
- Sahputra, D. (2018). Analisis Komunikasi Organisasi Partai Politik Islam. *Jurnal AL-HIKMAH: Media Dakwah*,
- Sarah, C. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Iklim Organisasi terhadap Perilaku Knowledge Sharing di PT T. *JURNAL DIVERSITA*, 6(1), 48-62. doi:<https://doi.org/10.31289/diversita.v6i1.3069>
- Sarinah, Azhar A., (2010), Hubungan Komunikasi Interpersonal dan Komitmen terhadap Organisasi dengan Kepuasan Kerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara III (PERSERO), *Analitika*: 2 (2): 63-75
- Simorangkir, N.R., Asih M., Azhar A., (2014) Kontribusi Komunikasi Persuasif Guru Terhadap Kepercayaan Diri Dan Motivasi Belajar, *Analitika*: 6 (2): 60
- Siregar, C.Y., Suryani H., (2013) Hubungan Komunikasi Interpersonal dan Persepsi Pengembangan Karir dengan Kepuasan Kerja, *Analitika*: 5 (1): 11-17
- Sukoco, W., Lubis, M., & Hasanuddin, H. (2020). Hubungan Leader Member Exchange dan Kepuasan Kerja dengan Komitmen Organisasi pada Tenaga Pendidik Sekolah Polisi Negara Kepolisian Daerah Sumatera Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(2), 168-181. doi:<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v2i2.310>
- Suranto, A.W. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta. PT. Garaha Ilmu.
- Suryani, Wahidah. (2013). *Komunikasi Antar Budaya Efektif*. *Jurnal Dakwah Tabligh*. 14 (1)
- Tata Kelola Destinasi Wisata Bunaken Dalam Pengembangan Kawasan Taman Laut Nasional
- Wibowo. (2013). *Perilaku Dalam Organisasi*. Bandung. PT: Bumi Aksara.
- Zulhafni, Suryani H., (2011), Hubungan Antara Iklim Organisasi dan Komunikasi Interpersonal dengan Perilaku Agresif pada Anggota Satuan Reserse Kriminal POLDA Sumatera Utara, *Analitika*: 3 (1): 1-10