

PARADIGMA KOMUNIKASI ORGANISASI

PERTEMUAN 7

IDENTITAS & KEBERAGAMAN ORGANISASI

Assoc. Prof. Dr. Salman, S.E., M.Si.



CAPAIAN PEMBELAJARAN

- Mahasiswa memahami konsep identitas organisasi
- Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya keberagaman (diversity) dalam organisasi
- Mahasiswa mampu menganalisis hubungan komunikasi dengan identitas & keberagaman organisasi

KONSEP IDENTITAS ORGANISASI

- **Identitas organisasi:** citra diri kolektif yang dibangun organisasi, baik untuk internal maupun eksternal
- Menurut Albert & Whetten (1985): identitas organisasi bersifat
 1. Sentral → inti yang membedakan organisasi
 2. Berkelanjutan → konsisten dalam jangka Panjang
 3. Unik → membedakan dari organisasi lain

FAKTOR PEMBENTUK IDENTITAS

- 1. Visi & misi organisasi**
- 2. Nilai inti & budaya kerja**
- 3. Simbol & artefak (logo, warna, jargon)**
- 4. Sejarah & tradisi organisasi**
- 5. Komunikasi internal & eksternal**

PENTINGNYA IDENTITAS ORGANISASI

- Memberi arah & tujuan bersama
- Menjadi dasar reputasi & citra organisasi
- Memperkuat loyalitas & kebanggaan anggota
- Membantu adaptasi dalam lingkungan kompetitif
- Membedakan organisasi dari pesaing

TEORI HUMAN RELATIONS & HUMAN RESOURCES

- **Keberagaman organisasi:** keberadaan berbagai perbedaan dalam organisasi (demografis, kultural, gaya kerja, perspektif)
- Menurut Cox (1993), keberagaman mencakup
 - Demografi (usia, gender, etnis)
 - Nilai & keyakinan
 - Kepribadian & gaya komunikasi
 - Latar belakang pendidikan & pengalaman kerja

DIMENSI KEBERAGAMAN

- Internal: usia, gender, ras, etnis, kemampuan fisik
- Eksternal: pendidikan, pengalaman, status sosial-ekonomi
- Organisasional: jabatan, fungsi, divisi, masa kerja

MANFAAT KEBERAGAMAN ORGANISASI

- Inovasi & kreativitas meningkat
- Perspektif lebih luas dalam pengambilan Keputusan
- Reputasi organisasi lebih inklusif
- Daya saing global lebih kuat

TANTANGAN KEBERAGAMAN ORGANISASI

1. Potensi konflik budaya & nilai
2. Hambatan komunikasi (bahasa, simbol, norma)
3. Diskriminasi & stereotipe
4. Resistensi terhadap perubahan inklusif

PERAN KOMUNIKASI DALAM MENGELOLA IDENTITAS & KEBERAGAMAN

- Komunikasi internal: menanamkan nilai bersama, membangun sense of belonging
- Komunikasi eksternal: menegaskan identitas & positioning organisasi di publik
- Komunikasi inklusif: mengelola perbedaan dengan sikap saling menghargai
- Storytelling organisasi: memperkuat identitas kolektif

HUBUNGAN IKLIM & BUDAYA ORGANISASI

- Iklim komunikasi = kondisi/persepsi komunikasi sehari-hari
- Budaya organisasi = nilai & keyakinan mendasar yang membentuk perilaku
- Iklim komunikasi mencerminkan budaya organisasi → budaya yang positif menciptakan iklim yang sehat, sebaliknya budaya negatif melahirkan iklim yang buruk

DISKUSI

Sebuah perusahaan global mempromosikan identitas sebagai “perusahaan inklusif.” Namun, survei internal menunjukkan karyawan minoritas merasa tidak didengar.

Pertanyaan:

- Apakah identitas organisasi selaras dengan praktik komunikasinya?
- Bagaimana strategi komunikasi untuk memperkuat identitas dan mengelola keberagaman?

TUGAS 7 (ANALISIS KASUS, 3-4 HALAMAN):

“Analisis identitas & keberagaman organisasi tertentu (perusahaan, NGO, instansi).”

- Identifikasi elemen identitas organisasi
- Jelaskan dimensi keberagaman yang ada
- Analisis tantangan & peluang komunikasi organisasi
- Sertakan minimal 3 referensi akademik

REFERENSI

- Katherine Miller (2012). *Organizational Communication: Approaches and Processes*
- Pace & Faules (2011). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*
- Andre Hardjana (2019). *Komunikasi Organisasi: Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*
- Jablin & Putnam (2001). *The New Handbook of Organizational Communication*

TERIMA KASIH