

Prolog dan Kajian Kontemporer tentang Komunikasi Organisasi



- **Dr.Saktisyahputra, S.I.Kom, M.I.Kom**

Buku Referensi :

- Prof.Suwatno. 2018. *Komunikasi Organisasi Kontemporer*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media

Prolog



- Apakah Anda pernah menjadi anggota atau pengurus sebuah organisasi ?
- Saat masih duduk di bangku sekolah, mungkin Anda pernah aktif di organisasi intrasekolah, seperti Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), Pramuka, Rohani Islam (Rohis), atau di organisasi ektrasekolah.
- Ketika menjadi mahasiswa, barangkali Anda pernah menjadi pengurus di organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ), organisasi olahraga, organisasi kesenian, atau organisasi sosial politik.
- (Suwatno 2018 : 1)

PROLOG

- Atau barangkali Anda adalah seorang karyawan perusahaan swasta atau pegawai pemerintah (PNS).
- Atau boleh jadi Anda adalah salah satu dari pengurus sebuah organisasi tingkat global, misalnya Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) atau World Economic Forum (WEF).
- Nama-nama organisasi tersebut tentu memiliki sedikit banyak perbedaan.
- (Suwatno 2018 : 1)



PROLOG

- Tidak mungkin sebuah organisasi tingkat sekolah (misalnya OSIS) dapat disamakan dengan sebuah organisasi bisnis (perusahaan), apalagi dengan organisasi yang berisi kumpulan negara di dunia (misalnya PBB), meskipun semuanya sama-sama merupakan organisasi,



- Lalu apa yang membedakannya ?
- Yang membedakannya, antara lain tipe atau bentuk, ruang lingkup, ukuran, struktur, sistem kepemimpinan, keanggotaan, visi-misi, dan yang paling penting adalah komunikasi organisasinya.
- (Suwatno 2018 : 1)

Prolog



- Masing-masing organisasi memiliki karakter dan pola komunikasi yang unik.
- Jangankah dua atau lebih organisasi yang berlainan tipe dan ruang lingkupnya, dua jenis organisasi yang berlainan tipe dan ruang lingkupnya, dua jenis organisasi yang serupa, namun berlainan tempat, memungkinkan keduanya memiliki karakter dan pola komunikasi yang tidak sama.
- Misalnya, organisasi BEM di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) memiliki kultur komunikasi yang berbeda dengan BEM di Institut Teknologi Bandung (ITB); atau organisasi bisnis televisi, seperti Metro TV, belum tentu memiliki karakter komunikasi yang sama dengan TVOne; partai politik, seperti Golongan Karya (Golkar), juga pastinya memiliki komunikasi organisasi yang tidak sama dengan Partai keadilan Sejahtera (PKS).
- (Suwatno 2018 : 2)

Prolog



- ◈ Padahal keduanya sama-sama berbentuk organisasi intrakampus, sama-sama organisasi bisnis televisi, dan sama-sama organisasi politik.
- ◈ Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa perbedaan karakter komunikasi terjadi pada organisasi-organisasi dengan tipe yang berbeda, maupun organisasi-organisasi dengan tipe yang serupa, namun berlainan tempat.
- ◈ Lalu pertanyaaan selanjutnya adalah apakah perbedaan karakter dan pola komunikasi juga dapat terjadi dalam satu organisasi ?
- ◈ (Suwatno 2018 : 2)

PROLOG

- Jawabannya bergantung pada nilai, sistem dan kepemimpinan yang diaktualisasikan dalam organisasi tersebut.
- Bagi organisasi demokratis, diferensiasi karakter dan pola komunikasi dalam internal organisasi diberikan ruang yang cukup besar.
- Bahkan mungkin dipandang sebagai warna dan dinamika yang dapat menggerakkan organisasi.
- (Suwatno 2018 : 2)



PROLOG

- Sebaliknya, bagi organisasi nondemokratis (misalnya organisasi militer atau monarki), karakter dan pola komunikasi internal yang diaplikasikan cenderung sama serta kurang memberikan ruang untuk terciptanya kultur komunikasi baru (*new communication culture*).
- Selain komunikasi di level internal, sebuah organisasi juga perlu dilihat dari komunikasi dengan lingkungan eksternalnya.
- Dalam hal ini, kita mengenal adanya dua sistem organisasi, yakni organisasi sistem tertutup (*close system*) dan sistem terbuka (*open system*).
- (Suwatno 2018 : 2)



PROLOG

- Organisasi-organisasi dengan sistem tertutup cenderung memiliki tingkat interaksi yang terbatas dengan ekosistem di luarnya.
- Hal ini karena organisasi semacam ini dibangun untuk memudahkan kontrol atas struktur yang ada di dalamnya.
- Selain itu juga cenderung membatasi diri dari pengaruh nilai-nilai luar yang berpotensi mengubah komunikasi dalam organisasi.

- (Suwatno 2018 : 2-3)



Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi

- Dalam satu dasawarsa terakhir, karakter dan pola komunikasi dalam organisasi tampaknya sudah mengalami banyak perubahan signifikan.
- Hal ini karena globalisasi dan revolusi teknologi informasi telah menyediakan *hardware* (media atau perangkat komunikasi) dan *software* (nilai-nilai, metode, budaya) yang diadaptasi oleh para pelaku komunikasi organisasi sehingga antar anggota organisasi menjadi semakin bebas dalam melakukan komunikasi.
- Hal ini membuat komunikasi yang terjadi dalam organisasi kontemporer memiliki *trend* (kecenderungan) lebih demokratis, egaliter, lebih terbuka, bahkan memungkinkan terjadinya *shortcut* (jalan pintas).

- (Suwatno 2018 : 4)



Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi

- Baru-baru ini, semakin banyak penelitian di bidang komunikasi organisasi yang mengambil perhatian pada hubungan antara perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (terutama dengan kemunculan *social media* dan *social network*) serta pergeseran komunikasi organisasi.
- Dhuvri A. Naik, dalam tesisnya yang berjudul *Organizational Use of Social Media: The Shift in Communication, Collaboration, and Decision-Making*, di James Madison University, menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi penggerak komunikasi organisasi.
- Menurutnya, organisasi saat ini banyak memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk tujuan *marketing* dan iklan, tetapi juga untuk tujuan komunikasi internal.



(Suwatno 2018 : 4-5)

Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi

- ▶ Dhruvri juga mengatakan bahwa media sosial telah memberikan peluang kepada organisasi untuk membantu mengelola hubungan dengan pelanggan, melakukan inovasi, mengembangkan operasionalisasi organisasi dan kepemimpinan.
- ▶ Media sosial tidak hanya mengubah mekanisme komunikasi internal, kolaborasi, dan proses pengambilan keputusan dalam organisasi, tetapi juga memiliki dampak yang luas terhadap semua aspek kehidupan manusia.
- ▶ Hampir senada dengan Dhuvri, Franesca Bria, dalam disertasinya yang berjudul *Social Media and Their Impact on Organisations; Building Firm Celebrity and Organizational Legitimacy Through Social Media*, di Imperial College London, menyebutkan bahwa media sosial telah memengaruhi lingkungan di mana organisasi beroperasi menjadi lebih intensif dari segi



Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi

- ▶ Pergeseran teknologi komunikasi memberikan pengalaman berharga untuk memahami bagaimana tipe-tipe organisasi yang berbeda-beda mengadopsi media sosial untuk membantu memelihara atau memperoleh asset-asset yang diakui secara sosial.
- ▶ Lebih jauh lagi, Thomas E. Harris dan Mark D. Nelson menyebutkan tiga klaim yang menempatkan pengaruh teknologi baru terhadap organisasi.
- ▶ Dalam hal ini, teknologi dipandang sebagai fondasi dari aktivitas organisasi, mulai dari perlengkapan untuk produksi massal (*mass production*), sistem pengiriman (*delivery system*), hingga proses digital (*digital process*).

- ▶ (Suwatno 2018 : 6)



KAJIAN KOMTEMPORER TENTANG KOMUNIKASI ORGANISASI



- *Kedua*, saat ini kita berada di tengah-tengah perubahan masif.
- Pada era ini, sumber-sumber informasi dari organisasi tradisional telah tergantikan oleh teknologi komunikasi tingkat tinggi (*advance communication technology*).
- *Ketiga*, organisasi dan individu harus berpindah dari penggunaan teknologi yang semata-mata sebagai alat untuk menjalankan aktivitas menuju pengumpulan informasi yang berkembang secara terus-menerus.
- (Suwatno 2018 : 6)

Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi



- Dalam organisasi bisnis, adaptasi teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology*) dalam komunikasi organisasi sudah dimulai sejak 1990-an, ketika internet dan *web* sudah dipergunakan oleh masyarakat secara masif.
- Perkembangan teknologi tersebut berjalan sangat revolusioner hingga hari ini, dan nyaris tidak ada gerakan penolakan dari organisasi di seluruh dunia.
- Seolah-olah pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap komunikasi organisasi kontemporer adalah sebuah keniscayaan (*law of nature*) dari perkembangan fase peradaban manusia yang tidak dapat dihindari.
- (Suwatno 2018 : 7)

Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi



- Secara filosofis, teknologis itu tidak bebas (*not value free*).
- Teknologi informasi dan komunikasi semakin maju seiring dengan perkembangan nilai-nilai kapitalisme, demokrasi, dan liberalisme.
- Untuk itu, selama masyarakat masih meyakini dan menjalankan nilai-nilai tersebut, mereka tidak akan melepaskan diri dari teknologi.
- (Suwatno 2018 : 7)

Kajian Kontemporer Tentang Komunikasi Organisasi



- Persoalan adaptasi teknologi tidak semata-mata bersifat fungsional, namun lebih dari itu, yakni sudah bersifat kultural.
- Teknologi telah berproses bersama-sama dan telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kebudayaan manusia.
- Untuk itu, organisasi sebagai bagian dari entitas kebudayaan yang lebih besar juga tidak mungkin dipisahkan dari teknologi.
- (Suwatno 2018 : 8)

KAJIAN KONTEMPORER TENTANG KOMUNIKASI ORGANISASI

- Apa pun tipe atau bentuk organisasi, baik organisasi bisnis, organisasi sosial, organisasi politik, atau yang lainnya selama mereka tidak sengaja menutup diri terhadap nilai-nilai dan sistem yang bersifat modern, demokratis, serta terbuka, adaptasi terhadap teknologi dalam proses komunikasi organisasi menjadi sebuah keniscayaan.

- (Suwatno 2018 : 8)



Peran Komunikasi Organisasi

- Pengembangan gagasan dan pemikiran komunikasi organisasi sangat penting, mengingat disiplin ini semakin dibutuhkan dari hari ke hari.
- Semakin maju sebuah peradaban, semakin banyak dan kompleks organisasi yang bermunculan.
- Untuk itu, komunikasi organisasi memiliki peran yang sangat strategis.
- (Suwatno 2018 : 8)



Peran Komunikasi Organisasi



- Tidak hanya di negara-negara maju, peran komunikasi organisasi di tanah air juga semakin dibutuhkan.
- Sebagai ilustrasi, menurut data sensus ekonomi terbaru, hingga 2016 Indonesia telah memiliki 447.352 perusahaan dengan skala menengah-besar.
- Jumlah tersebut baru berupa organisasi bisnis yang kemungkinan besar telah menerapkan manajemen organisasi modern.
- (Suwatno 2018 : 8)

Peran Komunikasi Organisasi

- ▶ Belum lagi jika ditambah dengan tipe organisasi pemerintah, BUMN, organisasi sosial, atau institusi pendidikan.
- ▶ Perusahaan-perusahaan yang ada dan para tenaga kerjanya merupakan lahan garap dari komunikasi organisasi.
- ▶ Mereka memerlukan kontribusi dari komunikasi organisasi untuk mendukung kesuksesan dalam mencapai tujuan organisasi, mengingat selama ini kita sering mendengar berita tentang konflik-konflik di bidang hubungan industrial, kasus pencemaran nama baik perusahaan, kasus persaingan usaha, demonstrasi karyawan, dan kasus-kasus lain, baik di wilayah internal maupun eksternal organisasi.



Peran Komunikasi Organisasi

- Untuk itu, komunikasi organisasi idealnya dapat memainkan peran “*engineering*” (melakukan rekayasa), di mana ia dapat difungsikan sebagai perangkat pengetahuan yang bisa membantu organisasi dalam upaya pencegahan, pengelolaan, dan penyelesaian konflik sehingga peran tersebut dapat mendorong peningkatan kinerja serta produktivitas organisasi.
- Di antara perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, kita belum mengetahui berapa banyak di antara mereka yang sudah mengadaptasi teknologi digital untuk membantu meningkatkan kinerja organisasi.
- Naum, kita bisa melihat perusahaan-perusahaan besar yang ada di kota-kota besar di Indonesia telah banyak memanfaatkan teknologi dalam mengimplementasikan kegiatan komunikasi internal dan eksternalnya.
- (Suwatno 2018 : 10)



Peran Komunikasi Organisasi

- Realitas menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi tersebut telah menghasilkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan program-program perusahaan.
- Dalam praktiknya, ia dapat mengatasi berbagai masalah dasar, seperti akurasi, biaya, kecepatan, kualitas dan kuantitas dalam konteks operasionalisasi perusahaan.
- Saat ini, nyaris tidak ada organisasi bisnis yang dapat eksis tanpa pemanfaatan media digital.
- (Suwatno 2018 : 8)



PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI

- Bahkan kelak diprediksi akan semakin massif dan integratif pada perangkat *high-tech* (teknologi tinggi).
-
- Semua bisnis, mau tidak mau, harus mengadaptasi teknologi canggih tersebut.
 - Di saat penggunaannya semakin banyak, teknologi akan semakin murah dan dapat dipakai oleh semua orang.
 - (Suwatno 2018 : 10)



Konsep Dasar Komunikasi Organisasi



- ▶ Bagi Anda yang pernah menjadi anggota atau pengurus organisasi, akan lebih memahami bagaimana komunikasi organisasi bekerja.
- ▶ Setidaknya, untuk sebuah organisasi sederhana, di dalamnya pasti terdapat struktur organisasi atau dalam bahasa yang lebih teknis disebut dengan pengurus organisasi.
- ▶ Struktur organisasi tersebut terdiri atas ketua, sekretaris, bendahara, para ketua bidang, dan stafnya.
- ▶ (Suwatno 2018 : 13)

KONSEP DASAR KOMUNIKASI ORGANISASI

Dalam organisasi yang lebih besar biasanya strukturnya lebih kompleks, selain dewan pengurus, boleh jadi ada dewan penasihat, dewan pembina, dewan pakar, dewan pertimbangan, dan sebagainya.

Pada prinsipnya, komposisi struktur bergantung pada kebutuhan organisasi.

Dalam perspektif sederhana, komunikasi organisasi sebatas dipahami dalam konteks internal struktur organisasi, yakni hubungan hierarkis antarunit komunikasi dalam organisasi.

(Suwatno 2018 : 13)



Konsep dasar komunikasi organisasi

- Biasanya sebuah organisasi memiliki garis komunikasi instruktif dan komunikasi koordinatif.
- Misalnya, dalam perusahaan, komunikasi antara direktur dan manajer bersifat instruktif, sementara komunikasi antara manajer produksi dan manajer *marketing* lebih bersifat koordinatif.
- Hubungan vertikal-horizontal-diagonal antarunit komunikasi dalam organisasi semacam ini lebih bersifat mikro dan sempit.



Konsep Dasar Komunikasi Organisasi



- Akan tetapi, komunikasi organisasi tidak sederhana itu, sebaliknya mengandung hubungan antarelemen yang lebih kompleks.
- Untuk memahami konsep dasar komunikasi organisasi, ada baiknya terlebih dahulu kita mengetahui konsep komunikasi dan organisasi secara terpisah.
- Hal ini karena komunikasi organisasi merupakan frasa yang terdiri atas dua buah kosakata, masing-masing merupakan disiplin keilmuan tersendiri.
- (Suwatno 2018 : 14)

Konsep Organisasi



- Apa itu organisasi ?
- Jason S. Wrench dan Narissra Punyathum-Carter, dalam bukunya *An Introduction to Organizational Communication* menjabarkan bahwa pengertian bahwa pengertian organisasi dapat dilihat dari berbagai macam sudut pandang.
- Penulis merangkum beberapa di antaranya :
 - 1. Definisi kamus
 - a. *The act of organizing or the state of being organized* (tindakan mengorganisasi atas suatu keadaan yang diorganisasi).
- (Suwatno 2018 : 14-15)



Konsep Organisasi

- b. *An organized structure or whole* (sebuah struktur yang terorganisasi atau keseluruhan).
- c. *A business or administrative concern united and constructed for a particular end* (sebuah urusan bisnis atau administratif yang disatukan dan dibentuk untuk tujuan tertentu).
- d. *A body of administrative officials, as of a political party, a government department, etc* (suatu badan pegawai administratif, partai politik, departemen pemerintahan, dan lain-lain). (Suwatno 2018 : 15)



Konsep Organisasi

- ▶ e. *Order or system* (aturan atau sistem) (*Collins English Dictionary : Complete & Unabridged 10th Edition*).
- ▶ 2. Definisi bisnis secara umum
- ▶ a. “A system of consciously activities of two or more persons” (Sebuah sistem dari aktivitas dua orang atau lebih yang terkoordinasi secara sadar) (Barnard, C.I. 1938. *The Functions of the Executive*, Cambridge, MA: Harvard University Press).
- b. “The accomplishment of an objective requires collective effort, men set up an organization designed to coordinate the activities of many persons and to furnish incentives for others to join them for this purpose”
- b. (Pencapaian sebuah tujuan yang mensyaratkan usaha bersama, di mana sekumpulan orang mendirikan sebuah
- c. organisasi yang dirancang untuk mengoordinasikan kegiatan banyak orang dan untuk memberikan insentif
- d. kepada orang lain untuk bergabung dengan mereka untuk tujuan ini) (Blau, P.M. & Scott, W.R. 1962. *Formal*
- e. *Organization; A Comparative Approach*. San Francisco: Chandler).
- f. (Suwatno 2018 : 16)



Konsep Organisasi



- 3. Definisi perilaku organisasi
- *"A social unit within which people have achieved somewhat stable relations (not necessarily face-to-face) among themselves in order to facilitate obtaining a set of objectives or goals"*
- (sebuah unit sosial di mana orang telah mencapai hubungan yang cukup stabil (tidak harus tatap muka) di antara mereka sendiri untuk memudahkan memperoleh seperangkat tujuan atau sasaran) (Litere, J.A. 1963. *Organizations : Structured Behavior* New York: John Wiley and Son).

(Suwatno 2018 : 16)

Konsep Organisasi



4. Definisi Ekonomi

- “A short hand expression for the integrated aggregation of those persons who are primarily involved in : (1) the undertaking or managing of risk and the handling of economic uncertainty; (2) planning and innovation; (3) coordination, administration, and control; and (4) routine supervision of an enterprise” (Ekspresi singkat bagi kesatuan integratif dari orang-orang yang terlibat dalam: (1) melakukan atau mengelola risiko dan menangani ketidakpastian ekonomi; (2) perencanaan dan inovasi; (3) koordinasi, administrasi, dan pengendalian; serta (4) pengawasan rutin suatu perusahaan) (Harbison, F. 1959. “Enterpreneurial Organization as a Factor in Economic Development”. *The Quarterly Journal of Economics*, 70, 364-379).
- (Suwatno 2018 : 16-17)

Konsep Organisasi



5. Definisi psikologi industri/organisasi

“Work consists of patterned human behavior and the ‘equipment’ consists of the human beings” (Pekerjaan yang terdiri atas perilaku manusia berpola dan ‘peralatan’ yang terdiri atas manusia) (Katz, D. & Kahn, R.L. 1978. *The Social Psychology of Organizations*, New York, NY: John Wile & Sons).

(Suwatno 2018 : 17)

Konsep Organisasi

► 6. Definisi komunikasi organisasi

- a. *“Social collectives in which people develop ritualized patterns of interaction in an attempt to coordinate their activities and efforts in the ongoing accomplishment of personal and group goals”*

(Kolektivitas sosial dimana orang-orang mengembangkan pola interaksi rutin dalam upaya mengoordinasikan kegiatan dan usaha dalam pencapaian tujuan pribadi maupun kelompok yang sedang berlangsung) (Kreps, G.L. 1986. *Organizational Communication*. New York: Longman).

(Suwatno 2018 : 17)



Konsep Organisasi

- *“Including five critical features-namely the existence of a social collectivity, organizational and individual goals, coordinated activity, organizational structure, and the embedding of the organization with an environment of other organizations”* (Terdiri atas lima ciri penting – yaitu adanya kolektivitas sosial, tujuan organisasi dan individu, aktivitas yang terkoordinasi, struktur organisasi, serta penyematan organisasi dengan lingkungan organisasi lain) (Miller, K. 2012. *Organizational Communication: Approaches and Processes* (6th ed). Boston, MA: Wasdworth – Cengage).

- (Suwatno 2018 : 17)



KONSEP ORGANISASI



- Kita perlu mengetahui berbagai definisi menurut para ahli agar tidak memiliki pemikiran dan pemahaman yang sempit tentang organisasi.
- Keterbukaan dalam memahami organisasi sangat penting karena organisasi tidak “hidup di ruang hampa”.
- Organisasi senantiasa mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, baik di wilayah realitas maupun di ranah teori.
- (Suwatno 2018 : 17-18)

KONSEP ORGANISASI



- Jika dahulu karakter organisasi lebih bersifat tradisional, di mana aktivitas dan cara komunikasinya masih sangat sederhana dan mewajibkan tatap muka (*face to face*), organisasi kontemporer pada era *postmodern* (era pascamodern) dapat menjalankan aktivitas dan komunikasinya dalam dunia “hiperrealitas” (kenyataan maya).
- Organisasi saat ini tidak harus memiliki alamat kantor atau sekretariat, melainkan cukup dengan alamat *website* atau media sosial.
- (Suwatno 2018 : 18)

KONSEP ORGANISASI

- Untuk melakukan koordinasi, para aktivis organisasi juga tidak harus melakukan “kopi darat”, melainkan bisa dilakukan melalui *WhatsApp*, *Telegram*, dan aplikasi pesan sejenisnya.



- Saat ini, barangkali metode komunikasi yang dilakukan belum serratus persen memanfaatkan teknologi.
- Namun, cepat atau lambat, teknologi komunikasi yang semakin canggih dan semakin merata penggunaannya akan banyak menyubtitusi peran dari pertemuan langsung.
- (Suwatno 2018 : 18)

Konsep Organisasi

- Fenomena organisasi seperti ini dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari.
- Sebagai contoh, mungkin kita pernah mendengar, ada beberapa organisasi media *online* yang berdiri dan dapat menjalankan aktivitasnya nyaris tanpa pernah melakukan koordinasi secara langsung.
- Para pengurusnya juga tidak tinggal di daerah yang sama.
- (Suwatno 2018 : 18)



Konsep organisasi



- Boleh jadi, pemimpin redaksinya ada di Jakarta, redaktur pelaksanaanya ada di Makassar, adminnya tinggal di Medan, para reporternya tersebar ke berbagai daerah, dan staf yang lainnya tinggal entah di mana, boleh jadi di luar negeri.
- Semua itu mungkin pada era seperti sekarang.
- Contoh lainnya adalah komunikasi organisasi dengan lingkungan eksternalnya.
- (Suwatno 2018 : 18)

Konsep Organisasi



- Misalnya, perusahaan *online marketplace*, seperti *Amazon*, *eBay*, *Lokopedia*, *Bukalapak*, atau *OLX*.
- Perusahaan tersebut nyaris tidak perlu melakukan komunikasi *face to faced* dengan para penjual maupun pembelinya.
- Perusahaan hanya menciptakan sebuah sistem *online* yang memediasi proses transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli.
- (Suwatno 2018 : 18-19)

KONSEP ORGANISASI



- Uniknya, masing-masing pihak tidak saling mengenal, namun mereka saling percaya.
- Inilah salah satu indicator perubahan radikal dalam komunikasi organisasi kontemporer.
- Di ranah teori, pengertian organisasi juga sangat ditentukan oleh perspektif yang digunakan.

KONSEP ORGANISASI

Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules, pemahaman kita tentang organisasi bergantung bagaimana kita memandang realitas sosial.

Perspektif tersebut dapat ditarik dari kontinum yang paling subjektif hingga yang paling objektif.

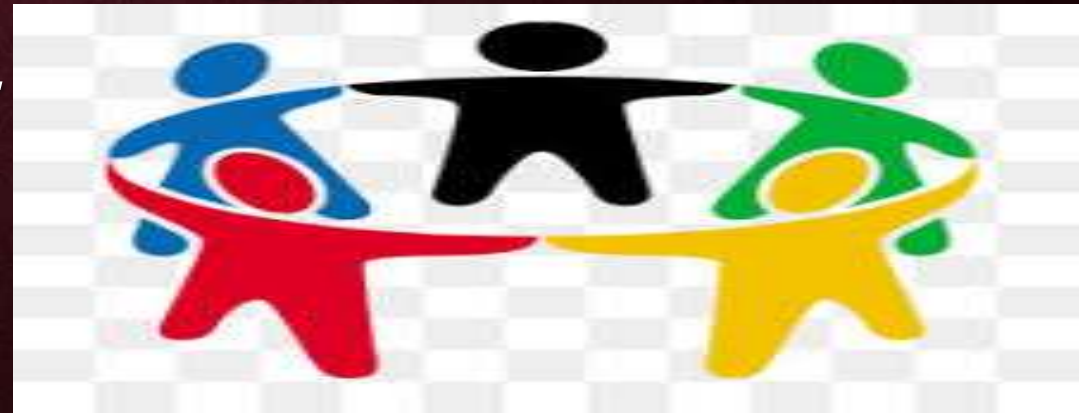
Menurutnya, perspektif objektif memandang organisasi sebagai sebuah struktur (*organization as a structure*).

(Suwatno 2018 : 19)



KONSEP ORGANISASI

- Sebagai struktur, organisasi dianggap sebagai kata benda (*Noun*).
- Ia merujuk pada pandangan bahwa objek-objek, perilaku, dan peristiwa-peristiwa eksis dalam dunia “nyata” yang independen dari pengamatnya (*perceiver*).
- Sementara itu, perspektif subjektif memahami organisasi sebagai sebuah proses (*organization as a process*).
- (Suwatno 2018 : 19-20)



Konsep Organisasi

- Sebagai proses, organisasi dianggap sebagai kata kerja (*verb*), dan dalam bahasa Inggris ditulis “*organizing*” (mengorganisasikan).
- Pandangan ini berbasis pada pemikiran bahwa realitas merupakan sebuah konstruksi sosial.
- Untuk memberikan gambaran yang lebih praktis tentang organisasi, ada baiknya kita mengetahui beberapa tipe organisasi.

• (Suwatno 2018 : 20)



KONSEP ORGANISASI

- Peter M. Blau dan W. Richard Scott membuat sebuah taksonomi tentang organisasi yang terdiri atas 4 kategori, yaitu :

1. Mutual Benefit Organization (Organisasi yang Saling Menguntungkan)

Ini adalah tipe organisasi yang didirikan untuk menyediakan *benefit* bagi para anggotanya.

(Suwatno 2018 : 20)



Konsep organisasi

- Contoh tipe organisasi ini, antara lain partai politik, serikat pekerja, asosiasi persaudaraan, klub, organisasi veteran, asosiasi profesional, dan sekte agama.
- Para anggota yang bergabung dengan tipe organisasi ini biasanya dimotivasi oleh berbagai jenis *benefit* yang dapat mereka peroleh.
- 2. *Business Concerns Organization* (Organisasi Bisnis)
- (Suwatno 2018 : 20)



2. *Business Concerns Organization* (Organisasi Bisnis)

- Ini adalah tipe organisasi yang tujuannya untuk eksistensi organisasi itu sendiri.
- Para anggotanya bekerja dan beraktivitas demi mencapai ketahanan dan keamanan organisasi.
- Organisasi semacam ini pada umumnya dijalankan dengan melakukan maksimalisasi efisiensi operasi dan mengembangkan kemampuan kompetisi dengan organisasi lain, di mana orientasi akhirnya adalah memperoleh profit. (Suwatno 2018 : 21)



3. *Service Organization* (Organisasi Jasa)

- ▶ Ini adalah tipe organisasi yang lebih berorientasi pada pelayanan dan pemberian manfaat kepada publik.
- ▶ Contohnya badan pekerja sosial, rumah sakit, sekolah, yayasan filantropi, dan sejenisnya.
- ▶ (Suwatno 2018 : 21)



4. *Commonwealth Organization* (Organisasi Persemakmuran)

- Ini adalah organisasi yang memiliki ruang lingkup lebih besar, di mana orientasi utamanya memberikan manfaat kepada publik secara luas (*public at large*).
- Contohnya, kementerian negara, kepolisian, organisasi militer, pemadam kebakaran, universitas dan sebagainya.
- (Suwatno 2018 : 21)



Konsep Komunikasi



- Setelah memiliki pemahaman yang cukup komprehensif mengenai organisasi, kita juga perlu memahami tentang komunikasi.
- Jason S. Wrench (dkk.) mendefinisikan komunikasi manusia (*human communication*) sebagai, “Proses seorang individu (atau kelompok individu) mencoba untuk menstimulasi makna dalam pikiran orang lain (atau kelompok individu) melalui penggunaan bahasa verbal, nonverbal, dan atau pesan-pesan yang dimediasi secara sengaja”.
- Dalam teori komunikasi modern, dikenal dua model utama, yaitu *transmission model* (model transmisi) dan *transaction model* (model transaksi).
- (Suwatno 2018 : 21)

TRANSMISSION MODEL

- *Transmission model* pertama kali diperkenalkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada 1949.



- Menurut mereka, komunikasi hanya dapat terjadi jika ada pengirim (*sender*), sumber (*source*), dan penerima (*receiver*) sebagai tujuan (*destination*).
- Sementara itu, pesan (*message*) harus diubah menjadi bentuk yang bisa dikirim (*encoded*), kemudian ditafsirkan di akhirnya (*decoded*).
- (Suwatno 2018 : 21)