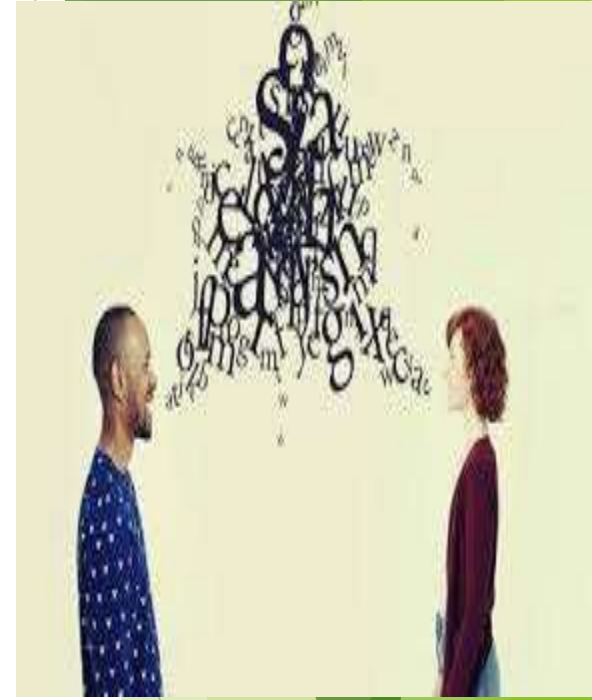


Konsep Dasar Komunikasi Organisasi

► **Communication for Organization Mastery**

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



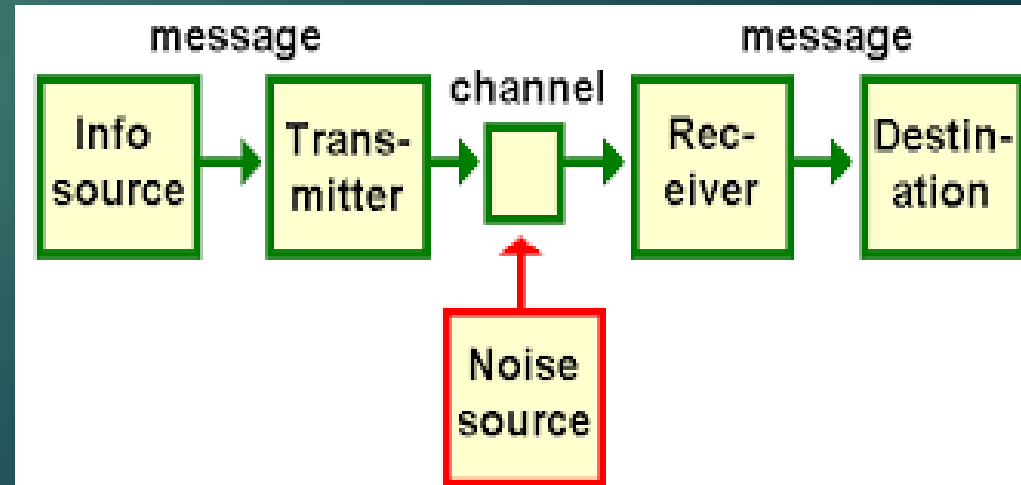
BUKU REFERENSI :

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



Transmission Model

- ▶ Informasi tersebut dapat terkena gangguan atau “*noise*”, yakni segala sesuatu yang ditambahkan pada sinyal antara transmisi dan penerima yang tidak dimaksudkan oleh sumber, misalnya informasi yang *overload* saat penerimanya dibanjiri dengan pesan yang terlalu banyak dalam satu waktu.
- ▶ Dalam hal ini sumber (*the source*) adalah penentu proses tersebut, yakni menentukan konten dari sebuah pesan.
- ▶ (Suwatno 2018 : 22)

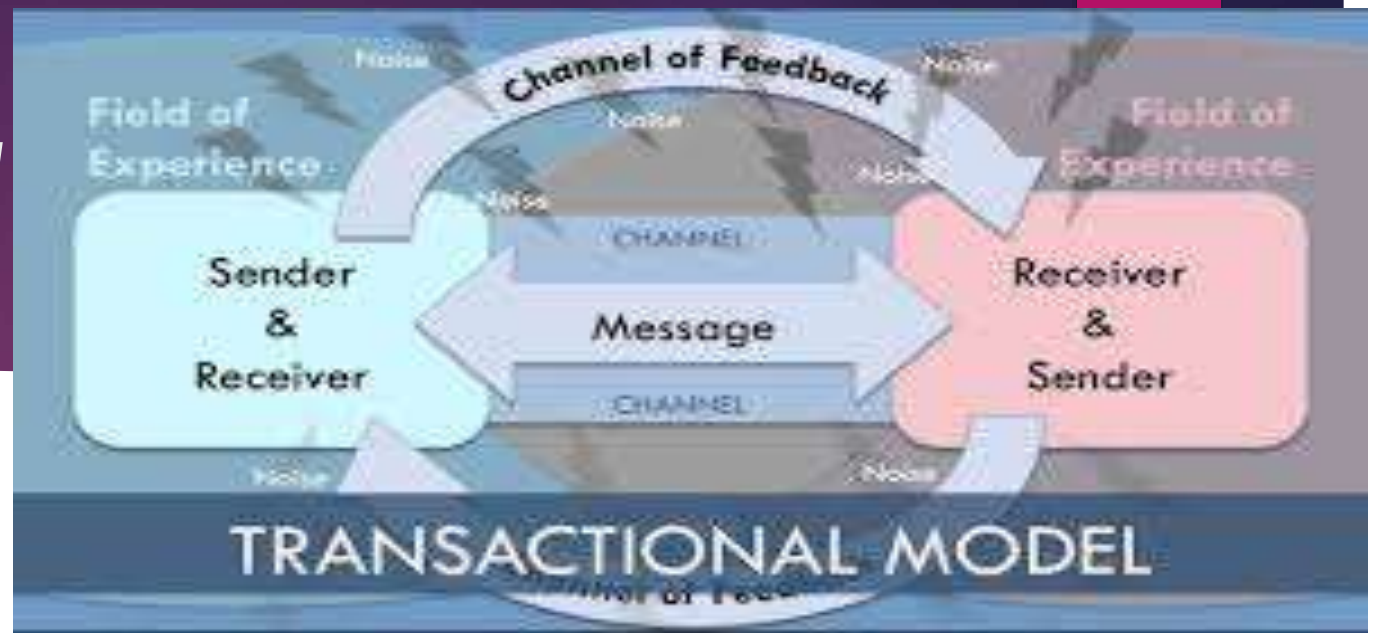


TRANSMISSION MODEL

- Sementara penerima (*the receiver*) cenderung pasif dalam memberikan umpan balik (*feedback*) sepanjang atau setelah menerima pesan. (Suwatno 2018 : 22)



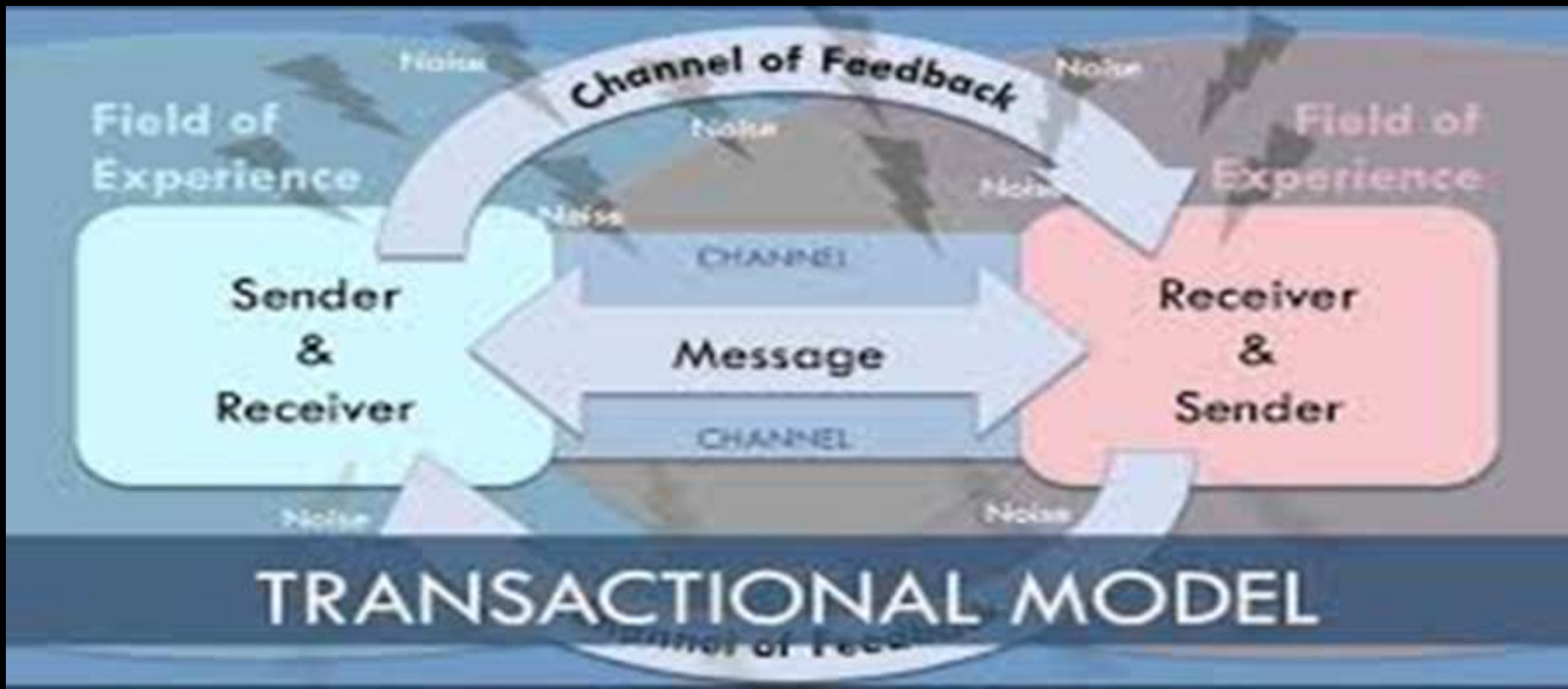
Transaction Model



- ▶ *Transaction model* adalah kritik terhadap teori sebelumnya.
- ▶ Teori ini berpandangan bahwa manusia secara esensi tidak mekanistik dalam perilakunya. (Suwatno 2018 : 22)

TRANSACTION MODEL

- Jika ada sebuah pesan yang dikirim oleh pengirim (*sender*), pesan tersebut tidak serta merta diterima oleh penerima (*receiver*) dalam bentuk yang sama.
- (Suwatno 2018 : 22)



TRANSACTION MODEL

- Model ini lebih menekankan pada penerima informasi dan memberikan perhatian besar terhadap makna (*meaning*).
- Menurut teori ini, makna merupakan hasil akhir dari komunikasi (*the end result of communication*).
- (Suwatno 2018 : 22-23)



TRANSACTION MODEL

- Setiap manusia akan merespons dengan cara yang berbeda-beda terhadap informasi yang sama.
- (Suwatno 2018 : 22-23)



TRANSACTION MODEL

- Hal ini tergantung oleh berbagai macam faktor, misalnya apakah mereka mengalami gangguan, merasa sakit, baru saja mendengar kabar buruk atau kondisi lain yang dapat menentukan keadaan pikiran mereka saat menerima informasi tersebut.
- Pandangan ini tidak deterministic sebagaimana pandangan *transmission model*.
- (Suwatno 2018 : 23)



TRANSACTION MODEL

- Dalam *transmission model*, sebuah pesan yang dikirim oleh pengirim dapat menciptakan efek yang *predictable* terhadap penerima.
- (Suwatno 2018 : 23)



Transaction model

Namun, dalam *transaction model* kita tidak dapat menentukan prediksi karena ada banyak variabel yang dimiliki oleh penerima.

Penerima memiliki ide, asumsi, bias dan persepsi sendiri untuk melakukan negosiasi makna.

(Suwatno 2018 : 23)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- ♦ Menentukan hubungan antara variabel komunikasi dan variabel organisasi sangat penting karena inilah konsep dasar teori komunikasi organisasi.
- ♦ Dengan memahami hubungan ini, kita dapat dengan mudah melakukan rekayasa organisasi (*organizational engineering*), yakni tindakan untuk mengubah organisasi sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.

♦ (Suwatno 2018 : 23-24)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

Putnam dkk. (1996) melontarkan tiga buah pertanyaan fundamental yang harus dijawab untuk memahami apa itu komunikasi organisasi.

(Suwatno 2018 : 23-24)





HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

1. Apakah proses komunikasi bergantung pada tipe organisasi, atau sebaliknya, tipe organisasi bergantung pada proses komunikasi ?
2. Apakah arus komunikasi (*communicational fluxes*) mengikuti aturan hierarki organisasi atau arus komunikasi tersebut memengaruhi struktur dan proses kerja dari organisasi ?
3. Apakah komunikasi merupakan elemen sentral dalam penciptaan identitas organisasi atau ia hanya semata-mata instrumen fungsional ?

HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

- Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut sangat ditentukan oleh perspektif yang kita gunakan dari definisi konseptual dalam memahami komunikasi dan organisasi itu sendiri.
- Proses komunikasi dapat ditentukan oleh tipe atau bentuk organisasi, namun sebaliknya proses komunikasi bisa pula menentukan tipe atau bentuk organisasi.
- Kedua perspektif tersebut memberikan konsekuensi tersendiri terhadap karakter organisasi. (Suwatno 2018 : 24)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- Jika organisasi didefinisikan sebagai sebuah struktur, konsekuensinya ia memiliki aturan-aturan yang harus diikuti oleh para anggotanya, termasuk aturan dalam komunikasi antarunit organisasi.
- Maka organisasi semacam ini akan menghasilkan sebuah pola komunikasi (*communication pattern*) yang cenderung statis dan monoton.
- Akan ada banyak keputusan organisasi yang bersifat *top-down* (sentralistik).
- (Suwatno 2018 : 24)



Hubungan komunikasi dan organisasi

- Teori yang cukup merepresentasikan pandangan bahwa organisasi merupakan sebuah struktur adalah teori struktural klasik.
- Teori ini, di antaranya dikembangkan oleh Max Weber dan Frederick W. Taylor.
- Kedua tokoh tersebut menyajikan teori organisasi dan manajemen yang lebih fokus membahas tentang anatomi organisasi formal (*formal organization*).
- (Suwatno 2018 : 24-25)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- ▶ Weber, misalnya, memandang bahwa organisasi merupakan birokrasi yang memiliki tiga karakteristik, yaitu otoritas, spesialisasi, dan peraturan.
- ▶ Menurutnya, otoritas harus terlegitimasi secara formal (*authorized formally*).
- ▶ Organisasi yang didefinisikan Weber cenderung merupakan organisasi yang dibangun dengan sistem rasional melalui kekuatan aturan yang kewenangannya dikelola secara hierarkis.

▶ (Suwatno 2018 : 25)



HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

- Selain itu, individu-individu dalam organisasi perlu terspesialisasi melalui pembagian kerja ?



- R. Wayne Pace dan Don F. Faules memberikan analisis terhadap pemikiran Weber dalam sepuluh ciri-ciri, yaitu :

1. Organisasi terdiri atas hubungan-hubungan yang ditetapkan antara jabatan-jabatan.

HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

2. Tujuan atau rencana organisasi terbagi ke dalam tugas-tugas yang disalurkan di antara berbagai jabatan sebagai kewajiban resmi.
3. Kewenangan untuk melaksanakan kewajiban diberikan kepada jabatan, yakni ketika seseorang sah menduduki jabatannya.
4. Garis-garis kewenangan dan jabatan diatur menurut tatanan hierarkis.

(Suwatno 2018 : 25)



HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI



5. Regulasi umum, tetapi tegas yang ditetapkan secara formal, mengatur tindakan-tindakan dan fungsi-fungsi jabatan dalam organisasi.
6. Prosedur dalam organisasi bersifat formal dan impersonal.
7. Organisasi merupakan prosedur untuk menerapkan disiplin.

(Suwatno 2018 : 25)

Hubungan Komunikasi dan Organisasi

8. Anggota organisasi harus memisahkan kehidupan pribadi dan kehidupan organisasi.
9. Pegawai dipilih untuk bekerja berdasarkan kualifikasi teknis, alih-alih koneksi politis, keluarga, atau lainnya.
10. Kenaikan jabatan dilakukan berdasarkan senioritas dan prestasi kerja.

(Suwatno 2018 : 25)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- Hampir senada dengan Weber, Taylor memandang bahwa organisasi harus memiliki empat hal, yakni pembagian kerja, proses saklar dan fungsional, struktur, serta rentang pengawasan.
- Singkatnya, pembagian kerja berhubungan dengan distribusi tugas dan kewajiban.
- Secara birokratis, kewajiban organisasi dibebankan kepada jabatan-jabatan yang sudah terspesialisasi, mirip pemikiran Weber.
- (Suwatno 2018 : 26)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- ▶ Dalam hal proses skalar dan fungsional, ia berhubungan dengan pertumbuhan vertikal dan horizontal organisasi.
- ▶ Proses skalar berkaitan dengan dimensi vertikal, sementara proses fungsional berhubungan dengan dimensi horizontal organisasi.
- ▶ Sementara itu, struktur berkaitan dengan hubungan fungsional dalam organisasi, yang terdiri atas lini dan staf.
- ▶ (Suwatno 2018 : 26)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi



- Adapun rentang pengawasan merupakan jumlah bawahan yang berada di bawah pengawasan seorang atasan.
- Demikianlah penjelasan teori yang menggunakan paradigm struktural.
- Jika organisasi dipandang sebagai sebuah proses, bentuk organisasi yang sangat dipengaruhi oleh dinamika komunikasi antar anggotanya yang terjadi dalam konteks waktu tertentu.
- (Suwatno 2018 : 26)

Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- ▶ Organisasi adalah sebuah konsep imajiner yang tidak pernah final, bergantung pada imajinasi orang-orang yang menjalankannya.
- ▶ Organisasi yang dipahami sebagai proses cenderung bersifat dinamis karena ia kritis terhadap dirinya sendiri.
- ▶ Biasanya organisasi semacam ini lebih siap menghadapi konflik.

▶ (Suwatno 2018 : 26)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- ▶ Tokoh paling berpengaruh yang memiliki pandangan bahwa organisasi merupakan sebuah proses adalah Karl Weick.
- ▶ Ia berpendapat bahwa kata “organisasi” tidak lain seperti sebuah mitos yang tidak dapat ditemukan.
- ▶ Organisasi adalah sejumlah peristiwa yang terjaln bersama-sama, yang berlangsung dalam dunia nyata.
- ▶ (Suwatno 2018 : 26)



Hubungan Komunikasi dan Organisasi

- Untuk itu, ia mendefinisikan organisasi sebagai sebuah proses pengorganisasian (*organizing*).
- Proses inilah yang kemudian menghasilkan organisasi (*organization*).
- Weick mengatakan bahwa organisasi memiliki struktur, namun ia ditetapkan oleh pola-pola regular perilaku yang saling bertautan.
- (Suwatno 2018 : 26-27)



HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

- Weick menyamakan pengorganisasian (*organizing*) dengan pemrosesan informasi (*information processing*).
- Menurutnya, informasi merupakan bahan baku proses organisasi.
- Namun, komunikasi dalam organisasi kerap kali bersifat samar (*equivocal*), yang berarti bahwa sebuah pesan setidaknya memiliki dua interpretasi yang setara.
- (Suwatno 2018 : 27)



HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI

- Pengorganisasian menggambarkan bagaimana manusia merasionalisasikan input verbal yang samar tersebut.
- Pandangan Weick tentang pengorganisasian terinspirasi dari pemikiran Charles Darwin tentang evolusi, yaitu proses seleksi alam berawal dari *variation* (variasi), kemudian *selection* (seleksi), lalu *retention* (retensi).
- Namun, dalam konteks evolusi sosio-kultural, ia berpandangan bahwa proses pengorganisasian adalah proses mengurangi ketidakpastian yang mengandung tiga tahap, yakni penerimaan informasi (*enactment*), seleksi (*selection*), dan retensi (*retention*).
- (Suwatno 2018 : 27)

1. PENERIMAAN INFORMASI (ENACTMENT)

Pada tahap ini, anggota organisasi mencatat dan mendaftarkan adanya informasi yang tidak pasti yang berasal dari luar organisasi.

Para anggota organisasi akan memperhatikan adanya stimuli atau rangsangan dan mengetahui akan adanya ketidakpastian.

Kemudian terjadi proses penerimaan dan interpretasi informasi oleh organisasi, di mana organisasi menganalisis input informasi yang diterima untuk menentukan jumlah ketidakpastian yang ada, lalu memberikan makna terhadap informasi yang ada.



(Suwatno 2018 : 27)

Komunikasi Organisasi pada Era Digital

- ▶ Jika Anda seorang aktivis organisasi sosial atau karyawan dalam sebuah korporasi, pernahkah merencanakan dan mengorganisasikan kegiatan melalui *Whatsapp* atau aplikasi pesan sejenisnya ?
- ▶ Berdasarkan pengalaman pribadi penulis sebagai ketua sebuah organisasi dengan bantuan teknologi sudah banyak dilakukan secara jamak, bahkan telah menjadi budaya. (Suwatno 2018 : 37)



KOMUNIKASI ORGANISASI PADA ERA DIGITAL

- Bagi pemilik HP *android* atau *smartphone*, hampir dapat dipastikan sebagian besar dari kita tergabung dalam grup *Whatsapp* atau sejenisnya.
- Tidak sedikit dari grup tersebut berisi teman atau rekan kerja dalam organisasi. (Suwatno 2018 : 37)



Komunikasi Organisasi pada Era Digital

- Komunikasi organisasi saat ini sedang menghadapi era baru yang ditandai dengan terjadinya perubahan sangat dramatis dalam metode komunikasi.
- Orang menyebutnya dengan *digital age*, *information age*, atau *postindustrial age*. (Suwatno 2018 : 37)



Komunikasi Organisasi pada Era Digital

- Dertouzos (1997) menyebutkan lima pilar dari *information age*, yaitu :
 1. *Numbers are used to represent all information* (Angka-angka dipakai untuk mewakili semua informasi). (Suwatno 2018 : 37)



DETOUZOS (1997) MENYEBUTKAN LIMA PILAR DARI *INFORMATION AGE*, YAITU :

2. *These numbers are expressed with 1s and 0s* (Angka-angka tersebut dinyatakan dengan angka 1s dan 0s).
3. *Computer transform information by doing arithmetic on these numbers* (Komputer mentransformasikan informasi dengan melakukan aritmatika pada angka-angka tersebut). (Suwatno 2018 : 38)



DERTOUZOS (1997) MENYEBUTKAN LIMA PILAR DARI INFORMATION AGE, YAITU :

4. *Communication systems move information around by moving these numbers* (Sistem-sistem komunikasi memindahkan informasi yang ada di sekitar dengan menggerakkan angka-angka tersebut). (Suwatno 2018 : 38)
5. *Computers and communication systems combine to form computer networks which in turn are the basis of the information marketplace* (Komputer dan sistem komunikasi bergabung untuk membentuk jejaring computer yang pada gilirannya menjadi basis dari ruang-pasar informasi). (Suwatno 2018 : 38)



SEMENTARA ITU, NAJEEB AL-SHORBAJI (2013) MENYEBUTKAN PERBEDAAN ANTARA KOMUNIKASI ANALOG DAN DIGITAL, SEBAGAIMANA TABLE BERIKUT:

- Tabel 5 Perbedaan antara Komunikasi Analog dan Komunikasi Digital



No	Komunikasi Analog	Komunikasi Digital
1	Static	Dynamic
2	Active	Proactive
3	Paper-based	Electronic
4	Support education	Support Learning
5	Stand alone	Networked
6	Isolated	Connected
7	Availability focused	Accessibility focused
8	Ownership	Locator
9	Single format	Hyper, mulitmedia

- (Suwatno 2018 : 38-39) Sumber : Najeeb Al-Shorbaji (2013)

KOMUNIKASI ORGANISASI PADA ERA DIGITAL

- Perkembangan yang sangat masif dalam teknologi digital rupanya telah menciptakan sebuah revolusi yang tidak kalah besarnya dengan yang pernah dicapai oleh Revolusi Industri pada 1800-an.
- Dalam organisasi bisnis, adaptasi *information and communication technology* (ICT) dalam komunikasi organisasi sudah dimulai sejak 1994, ketika internet dan Web 2.0 sudah dipergunakan oleh masyarakat secara massf.
- (Suwatno 2018 : 39)



Komunikasi Organisasi pada Era Digital

Jika sebelumnya cara komunikasi dalam perusahaan lebih banyak menggunakan *back office* dan *front office*, kini sudah berubah menjadi *virtual office* (kantor virtual).

Menurut Tim O, Reilly, *Web 2.0* adalah revolusi bisnis dalam industri komputer yang disebabkan oleh perubahan yang menjadikan internet sebagai *platform*, dan upaya untuk memahami aturan-aturan kesuksesan *platform*, dan upaya untuk memahami aturan-aturan kesuksesan *platform* baru tersebut. (Suwatno 2018 : 39)



Komunikasi Organisasi pada Era Digital

- ◈ Istilah *Web 2.0* diciptakan oleh seorang konsultan IT bernama Darcy DiNucci pada 1999 dan dipopulerkan oleh O'Reilly pada 2004.
- ◈ *Web 2.0* merupakan aplikasi yang memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran informasi. (Suwatno 2018 : 39)



Komunikasi Organisasi pada Era Digital

Sejak *Web 2.0* digunakan secara massif oleh berbagai korporasi di seluruh dunia, ia dinilai positif dalam meningkatkan pengetahuan kolaboratif yang berdampak pada *customer relations* (relasi pelanggan) dan *corporate culture* (budaya perusahaan).

(Suwatno 2018 : 39-40)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

Komunikasi menggunakan media internet sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari yang nyaris tidak bisa ditinggalkan.

Sebagian besar orang menggunakan internet untuk berbagai macam kepentingan. (Suwatno 2018 : 40)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

- Berikut adalah hasil penelitian tentang tujuan orang menggunakan internet yang dilakukan oleh *Oxford Internet Survey*.
1. Menemukan informasi produk atau layanan (86%).
 2. Mengirim atau menerima *email* (85%). (Suwatno 2018 : 40)



Komunikasi dengan Internet

3. Menggunakan layanan yang berhubungan dengan *travel* dan akomodasi (63%).

4. Memperoleh informasi dari *website* (46%) (Suwatno 2018 : 41)



Komunikasi dengan Internet

5. *Internet banking* (45%).

6. Mencari informasi tentang pendidikan, pelatihan dan kursus, serta menggunakan *Wikipedia* (36%). (Suwatno 2018 : 41)



Komunikasi dengan Internet

7. Bermain dan mengunduh permainan, gambar, film atau music. (35%).
 8. Membaca atau mengunduh isi berita dan majalah *online* (30%).
- (Suwatno 2018 : 41)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

9. Komunikasi lainnya, seperti menggunakan situs *chat*, *messenger*, dan sejenisnya (28%).
10. Mendengarkan radio web atau TV web (25%). (Suwatno 2018 : 41)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

Komunikasi melalui internet tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), di mana ia telah menawarkan peran dan fungsi baru, antara lain: (Suwatno 2018 : 42)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

- I. Di antara fungsi baru yang terpenting adalah melakukan *monitoring* dan mengintegrasikan informasi.

Organisasi dapat menggunakan fungsi tersebut untuk mengembangkan bisnis komersial terbaru. (Suwatno 2018 : 42)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET

2. Komputer memperluas jangkauan informasi yang dikode secara digital-kita dapat mencampur berbagai jenis data (*words, gambar, suara, video*) dalam satu paket.
3. Organisasi yang mengadaptasi TIK secara penuh memiliki peluang yang lebih cepat untuk berkembang. (Suwatno 2018 : 42)



Komunikasi dengan internet

- Peluang tersebut dapat mendukung pelaksanaan transformasi industri.
4. Organisasi modern yang menggunakan TIK dapat mengembangkan cara baru dalam bekerja yang berdampak pada cara komunikasi organisasi.

(Suwatno 2018 : 42)



KOMUNIKASI DENGAN INTERNET



- Dalam perusahaan e-commerce, adaptasi TIK tentunya memiliki peran yang jauh lebih signifikan.
- 5. Tidak kalah penting dari semua peran dan fungsi yang ada aplikasi TIK dapat menjadi solusi yang dapat membantu mengatasi masalah komunikasi dalam organisasi. (Suwatno 2018 : 42)

Komunikasi dengan Internet

- Organisasi bisnis kontemporer nyaris tidak bisa lepas dari penggunaan fungsi *Web, 2.0*.
- Hal ini karena adaptasi teknologi adalah syarat utama setiap organisasi untuk bertahan dan maju. (Suwatno 2018 : 42)



Komunikasi dengan Internet

- ▶ Ia sangat berpengaruh terhadap proses pengembangan, inovasi, dan transformasi organisasi serta pengurangan biaya operasional organisasi. (Suwatno 2018 : 42)



Media Sosial dalam Komunikasi Organisasi

- ▶ Adaptasi media sosial adalah sebuah konsekuensi bagi proses komunikasi organisasi karena ia mampu menjangkau tipe baru dari perilaku manusia yang sebelumnya nyaris tidak mungkin dijangkau.
- ▶ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Burson-Marsteller Communications Group pada 2010, dari 100 perusahaan Global Fortune yang diteliti, ada 79% perusahaan global dan 86% perusahaan Amerika Serikat yang setidaknya memiliki satu *platform* media sosial (*Facebook, Twitter, YouTube*, atau *corporate blogs*). (Suwatno 2018 : 43)



Media Sosial dalam Komunikasi Organisasi

- Dalam konteks komunikasi eksternal dalam organisasi, media sosial sudah menjadi perangkat untuk melakukan aktivitas kehumasan (*public relation*).
- Ia berfungsi untuk memfasilitasi komunikasi dan membangun pemahaman bersama (*mutual understanding*) antar berbagai institusi dan beragam tipe audiens dengan lebih luas dan cepat. (Suryatno 2018 : 44)



MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI

- Bordeianu menyebut *online public relations* sebagai titik temu komunikasi antara organisasi dan pembaca *online*-nya (pengguna jaringan).
- (Suwatno 2018 : 44)



MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI

Adaptasi media sosial adalah sebuah konsekuensi bagi proses komunikasi organisasi karena ia mampu menjangkau tipe baru dari perilaku manusia yang sebelumnya nyaris tidak mungkin dijangkau Jeffrey W. Treem dan Paul M. Leonardi, dalam studinya, menemukan empat kemampuan atau kelayakan yang relatif konsisten dari media sosial, yakni visibilitas (*visibility*), ketekunan (*persistence*), kemampuan edit (*editability*), dan asosiasi (*association*). (Suwatno 2018 : 44)



1. VISIBILITAS (*VISIBILITY*)

Jika teknologi media sosial memungkinkan para penggunanya untuk memperoleh informasi secara mudah (*effortless*), kita dapat mengatakan bahwa teknologi tersebut *visible*.



Bregman dan Haythornthwaite (2001) mendefinisikan visibilitas sebagai, “*The means, methods, and opportunities for presentation; in our usage it primarily addresses the speakers’ concerns with the presentation of self*” (Sarana, metode, dan kesempatan untuk melakukan presentasi; dalam penggunaannya ia menyampaikan perhatian pembicara melalui presentasi diri sendiri). (Suwatno 2018 : 45)