

STRATEGI KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM ORGANISASI

Risky Hidayat, Ardi Saputra, Atipa Muji

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: ardisaputrakpi@gmail.com, rizkidiningrats@gmail.com, atipa@uinsaizu.co.id

Abstrak

Orang yang mampu berkomunikasi dengan baik memiliki kehidupan pribadi yang bahagia dan dapat mempengaruhi orang lain dengan baik. Komunikasi yang efektif dianggap sebagai elemen penting untuk keberhasilan suatu organisasi karena dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memastikan aliran informasi yang lancar di dalamnya. Tanpa komunikasi yang efektif, organisasi dapat mengalami miskomunikasi yang dapat merugikan sistem peredaran informasi, menyebabkan gangguan dalam operasional, dan mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, komunikasi yang baik menjadi kunci bagi kesuksesan suatu organisasi.

Kata kunci: *Strategi, Komunikasi, dan Organisasi.*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan elemen vital dalam keberhasilan setiap organisasi. Dalam era yang terus berkembang dengan teknologi digital dan dinamika yang kompleks, praktik komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk mempertahankan keterhubungan antara anggota organisasi, memfasilitasi kolaborasi yang produktif, dan mewujudkan tujuan bersama-sama. Penelitian tentang strategi komunikasi dalam konteks organisasi menjadi semakin penting karena tantangan baru yang muncul, mulai dari kebutuhan akan transparansi yang lebih besar hingga pergeseran dalam cara orang berinteraksi dan berbagi informasi. Dalam pendahuluan ini, kami akan mengeksplorasi konsep dasar komunikasi organisasi, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, dan menguraikan tujuan serta relevansi penelitian ini untuk praktisi dan akademisi di bidang ini.

Metode Penelitian

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh penulis digunakan pendekatan kualitatif kepustakaan, bagian dari penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan akar kepustakaan baik akar sumber primer ataupun sekunder. Penelitian ini melakukan klasifikasi data berdasarkan rumus penelitian. Tahap selanjut dilakukan pengolahan data atau pengutipan referensi untuk disajikan sebagai temuan penelitian, diringkaskan untuk memperoleh informasi yang lengkap dan diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan. Sedangkan tahap penafsiran menggunakan analisis atau pendekatan seperti filosofis, teologis, sufi, tafsir, syarah, dll.

Penelitian dilakukan pada 13 Januari hingga 30 Mei 2024 di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, dilakukan melalui studi kepustakaan melalui pengumpulan referensi berupa buku dan jurnal online yang diperoleh dari internet.

Hasil dan Pembahasan

Definisi Strategi Komunikasi

Perencanaan jangka panjang dan jangka pendek dari komunikasi suatu organisasi dikenal sebagai strategi komunikasi. Perencanaan ini menetapkan jumlah aksi yang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk melihat ke depan dan ke belakang pasti berbeda.

Menurut Effendy Strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai pedoman untuk merencanakan dan memanajemen komunikasi untuk mewujudkan suatu tujuan.¹ Untuk bisa menghidupkan kembali sesuatu yang pernah mengalami kemunduran dibutuhkan cara atau rencana yang tepat agar tujuan tercapai sesuai dengan harapan. Komunikasi yang efektif sangatlah penting untuk menjalankan strategi sesuai dengan harapan. Maka dari itu individu harus pandai dalam hal berkomunikasi.² Adapun pengertian strategi komunikasi menurut Middleton bahwa strategi komunikasi gabung dari beberapa komponen komunikasi meliputi komunikator, pesan, media, penerima, hingga dampak yang disusun untuk menjangkau tujuan komunikasi yang diinginkan.³ Sedangkan menurut Tarone, ia menganggap bahwa strategi komunikasi sebagai fenomena interaksional. Menurutnya usaha dari kedua belah pihak untuk menyetujui makna dalam kondisi yang tidak perlu dibagi. Namun definisi yang di cetuskan oleh Tarone mendapat kritik karena tidak melihat situasi dimana tidak terdapat umpan balik.

Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh keterampilan setiap orang dan kerja sama anggota tim dalam organisasi. Menciptakan kemitraan memerlukan komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan teknis pelaksanaannya, komunikasi dapat dirumuskan sebagai suatu kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui sarana tertentu, dan setelah menerima pesan tersebut serta memahami sejauh mana kemampuannya, maka penerima pesan tersebut menyampaikan tanggapan melalui media tertentu kepada orang yang meneruskan pesan itu kepadanya.

Argiris (1994) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses di mana seseorang, kelompok atau organisasi (pengirim) mengirimkan informasi (pesan) kepada orang, kelompok atau organisasi lain (penerima) biasanya ada beberapa tahapan dalam proses komunikasi. Pengirim pesan mengirimkan informasi kepada penerima melalui satu atau lebih alat komunikasi. Proses berlanjut ke tempat penerima mengirimumpan balik

¹ Sari Marta, Elva Ronaning Roem, and Sarmiati, "Strategi Komunikasi Komunitas Padang Heritage Di Era 4.0", 2021, Hlm. 63.

² Rosilawati, Yeni. "Employee branding sebagai strategi komunikasi organisasi untuk mengkomunikasikan citra merek (Brand-Image)". *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.3 2014: hlm 153-161.

³ Dewi; Suci Lukitowati Suratiningsih, "Strategi Komunikasi Dalam Diplomasi Kemanusiaan", 2020, Hlm. 63.

kepada pengirim pesan asli. Selama proses ini, distorsi atau gangguan mengganggu aliran informasi.

Saat berkomunikasi, pesan verbal dan non verbal tentunya sangat berlaku dalam setiap langkah penyampaian atau berbagi informasi, pikiran, dan perasaan melewati lisan, tulisan, atau gestur tubuh. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dapat menciptakan perubahan sikap orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Proses komunikasi yang efektif berarti suatu proses dimana komunikator dan orang yang dikomunikasikan saling bertukar informasi, pikiran, keyakinan, perasaan dan sikap antara dua orang atau kelompok sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan harapan. Komunikasi yang efektif adalah proses komunikasi dimana komunikator memahami apa yang dikomunikasikan dan melakukan apa yang diinginkan komunikator terhadap pesan tersebut.⁴ Dengan adanya efektivitas dalam berkomunikasi, diharapkan dapat memberikan kesan atau hasil dalam mencapai sasaran yang diinginkan.⁵

Komunikasi Organisasi

Membangun komunikasi organisasi tentu saja penting karena organisasi memerlukan komunikasi yang baik untuk menjalin aktivitas dan efektifitas dalam suatu organisasi. Supaya sebuah organisasi bisa kian makin berkembang, komunikasi organisasi harus berfungsi dengan baik. Pentingnya komunikasi organisasi yang baik juga dapat menciptakan organisasi yang mampu menciptakan anggota dan orang-orang yang dapat berkomunikasi dengan baik satu sama lain dan membangun hubungan yang baik. Dikarenakan itu, dalam komunikasi organisasi, proses komunikasi amat sangat penting diperhatikan.

Komunikasi organisasi yang baik adalah yang mengedepankan kesatuan atau kesetaraan antar komunikator sehingga perbedaan pendapat tidak menimbulkan konflik. Hanya saja tidak dapat dihindari bahwa prosedur komunikasi tidak selalu berjalan lancar dan bisa saja gagal.⁶ Hal itu mengakibatkan perselisihan paham, menciptakan ketegangan, dan bahkan menyebabkan konflik internal yang pastinya tidak timbul. Oleh karena itu, untuk membangun komunikasi organisasi yang baik maka setiap anggota wajib bisa mengerti dan menciptakan komunikasi yang baik. Komunikasi organisasi akan manjur jika proses komunikasinya positif. Artinya orang atau komunikator yang bertugas menyampaikan pesan tersebut mampu berhasil menyampaikan pesan yang tepat kepada khalayak atau penerima pesan.

Namun, orang yang menyampaikan pesan juga dapat menentukan maksud dan tujuan komunikasi tersebut. Pada akhirnya, komunikasi yang efektif tercapai karena pesan yang diberikan dapat dipahami dan dipahami sepenuhnya oleh kedua belah pihak.

⁴ Zamzami, Wili Sahana. "Strategi Komunikasi Organisasi" *Sibernetika: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ilmu Sosial* 2021: hlm 25-35.

⁵ Asriadi, A. 2020. "Komunikasi Efektif Dalam Organisasi". *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyuaran Islam* , 2 (1), hlm 36-50.

⁶ Silviani, Irene. "Komunikasi organisasi". Scopindo Media Pustaka, 2020.

Karena komunikasi bersifat dua arah, maka akan lebih baik lagi jika audiens atau komunikator dapat memberikan feedback terhadap komunikasi tersebut agar lebih efektif. Oleh karena itu, dapat dikatakan proses komunikasi organisasi yang baru adalah komunikasi yang efektif. Jika tahap komunikasi berjalan efisien maka organisasi dengan sendirinya akan maju dan berkembang, dan para kelompok serta pribadi dalam organisasi akan berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan pengembangan organisasi, dan sudah mendapatkan manfaat dari berbagai sudut termasuk sudut organisasi. Setelah memahami berharganya komunikasi dalam organisasi, mari kita jelaskan mengenai inti dari komunikasi organisasi. Pengertian komunikasi organisasi, dimulai dari teori, fungsi dan manfaat konsep, serta dilanjutkan dengan contoh komunikasi organisasi.

Adapun 3 (tiga) tujuan dari komunikasi organisasi adalah:

1. Menyampaikan Informasi

Tujuan utamanya adalah untuk mengirimkan informasi yang diperlukan kepada anggota organisasi.⁷ Informasi tersebut dapat berupa perintah, instruksi, laporan dan bentuk lainnya.

2. Menjaga Koordinasi

Tujuannya adalah untuk menjaga koordinasi antar anggota organisasi. Hal ini penting agar setiap anggota organisasi dapat berkolaborasi dan bekerja secara efektif.

3. Membangun Hubungan

Tujuan ketiga adalah untuk menciptakan hubungan yang baik antar anggota organisasi yang membuat anggota merasa nyaman dan dihargai, sehingga dapat bekerja dengan baik dan mencapai hasil yang baik.

Dengan demikian, komunikasi yang efektif memegang peranan penting dalam suatu organisasi.⁸ Komunikasi yang efektif akan menciptakan hasil yang harmonis dan mencapai tujuan atau visi dan misi dari organisasi, adapun jenis-jenis komunikasi organisasi yakni:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi ini melibatkan penggunaan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Contoh komunikasi verbal lisan adalah percakapan langsung atau telepon, sementara contoh komunikasi verbal tulisan adalah email dan surat.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi ini melibatkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan tangan, dan kontak mata. Komunikasi nonverbal sering kali mendukung atau bahkan menggantikan komunikasi verbal dalam menyampaikan pesan.

3. Komunikasi Formal

⁷ Yuliana, R. "Peran komunikasi dalam organisasi",. Jurnal STIE Semarang, 2012.

⁸ Rahmanto, Aris Febri. "Peranan komunikasi dalam suatu organisasi", *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 1.2 2004.

Ini adalah komunikasi yang terstruktur dan resmi, biasanya terjadi dalam konteks organisasi atau institusi. Contohnya adalah rapat resmi, memo perusahaan, dan laporan tertulis.

4. Komunikasi Informal

Komunikasi ini bersifat santai dan tidak resmi, seperti obrolan sehari-hari antar karyawan atau teman. Komunikasi informal penting untuk membangun hubungan interpersonal dan meningkatkan iklim kerja.

5. Komunikasi Tertulis

Ini adalah bentuk komunikasi yang disampaikan melalui tulisan, seperti email, laporan, buku, dan artikel. Komunikasi tertulis penting untuk mendokumentasikan informasi dan memastikan pesan disampaikan dengan jelas dan akurat.

6. Komunikasi Visual

Melibatkan penggunaan gambar, grafik, diagram, dan video untuk menyampaikan informasi. Komunikasi visual sangat efektif untuk memperjelas dan memperkuat pesan yang disampaikan secara verbal atau tertulis.

7. Komunikasi Non Formal

Mirip dengan komunikasi informal, tetapi bisa terjadi dalam konteks yang lebih santai dan fleksibel, seperti diskusi kelompok atau percakapan santai selama makan siang.

8. Komunikasi Langsung

Komunikasi yang terjadi secara tiba-tiba tanpa disengaja, seperti percakapan tatap muka. Komunikasi langsung memungkinkan umpan balik segera dan interaksi yang lebih personal.

Dalam organisasi tentunya banyak sekali tantangan yang dihadapi, tantangan dari organisasi sendiri adalah masalah yang sering dihadapi oleh banyak perusahaan dan dapat mempengaruhi produktivitas serta efisiensi.⁹ Beberapa tantangan utama dalam komunikasi organisasi meliputi:

A. Hambatan Bahasa dan Budaya

Perbedaan bahasa dan budaya di antara anggota organisasi dapat menyebabkan kesalahpahaman dan interpretasi yang salah terhadap pesan yang disampaikan.

B. Komunikasi yang Tidak Efektif

Kurangnya keterampilan komunikasi di antara karyawan atau manajemen dapat menyebabkan informasi yang disampaikan tidak jelas atau tidak lengkap, mengakibatkan kebingungan dan kesalahan dalam pekerjaan.

C. Kurangnya Umpan Balik

⁹ Atmaja, Suhendra, dan Rosmala Dewi. "Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis)". *Inter Komunika* 3.2 2018: hlm 192-206.

Tanpa umpan balik yang efektif, karyawan mungkin merasa tidak dihargai atau tidak mengetahui apakah mereka bekerja sesuai harapan. Ini bisa menurunkan motivasi dan produktivitas.

D. Komunikasi Satu Arah

Komunikasi yang hanya berjalan satu arah melalui manajemen ke karyawan tanpa adanya interaksi balik bisa menyebabkan karyawan merasa tidak dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan.

E. Teknologi Komunikasi

Penggunaan teknologi komunikasi yang tidak efektif atau terlalu rumit bisa menjadi penghalang. Selain itu, tidak semua karyawan mungkin memiliki akses yang sama atau keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi tersebut.

F. Volume Informasi yang Berlebihan

Terlalu banyak informasi yang disampaikan sekaligus dapat membuat karyawan kewalahan dan tidak mampu memproses atau mengingat informasi penting yang diperlukan untuk tugas mereka.

Berikut merupakan tantangan-tantangan yang ada di organisasi, tepatnya pada hambatan komunikasi organisasi. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan strategi komunikasi yang jelas, pelatihan keterampilan komunikasi, dan alat komunikasi yang tepat untuk memastikan informasi dapat mengalir dengan efektif di seluruh organisasi.

Kesimpulan

Untuk mencapai kesuksesan, organisasi perlu mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif. Hal ini melibatkan pemahaman yang baik tentang jenis-jenis komunikasi, seperti komunikasi verbal dan non-verbal, serta pentingnya penggunaan teknologi dalam proses komunikasi organisasi. Namun, dalam menerapkan strategi tersebut, organisasi juga harus mengatasi berbagai hambatan yang mungkin muncul, seperti hambatan semantik, teknis, dan psikologis.¹⁰ Dengan memahami dan mengatasi hambatan-hambatan ini, organisasi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mereka, yang pada gilirannya akan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

Bibliografi

Asriadi, A. 2020. “Komunikasi Efektif Dalam Organisasi”. *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyuaran Islam*”.

¹⁰ Hermawati A, Purbaningsih, Y, Iwe, L, Junaedi, IWR, dan Wibowo, TS. “Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kesehatan Berbasis Implementasi Kompetensi dan Komunikasi Organisasi”. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2022.

- Atmaja, Suhendra, dan Rosmala Dewi. "*Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis)*". *Inter Komunika* 3.2 2018.
- Azis, Y. A. 2023, Oktober 18. "*Pengertian Komunikasi Organisasi: Fungsi, Konsep dan Contoh*". Retrieved from <https://deepublishstore.com/blog/materi/komunikasi-organisasi/>
- Dewi; Suci Lukitowati Suratiningsih, "*Strategi Komunikasi Dalam Dipromosi Kemanusiaan*", 2020.
- Hermawati, A., Purbaningsih, Y., Iwe, L., Junaedi, IWR, & Wibowo, TS. "*Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kesehatan Berbasis Implementasi Kompetensi dan Komunikasi Organisasi*". *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2022.
- LSPR, B. (2023, Juni 28). "*Komunikasi Adalah: Definisi, Jenis, & Penggunaannya*". Retrieved from <https://www.lspr.ac.id/definisi-jenis-penggunaannya-komunikasi/>
- Nugroho, F. T. 2021, Desember 14. "*Jenis-Jenis Komunikasi, Lengkap Beserta Penjelasannya*". Retrieved from BOLA.COM: <https://www.bola.com/ragam/read/4740153/jenis-jenis-komunikasi-lengkap-beserta-penjelasannya>
- Rahmanto, Aris Febri. "*Peranan komunikasi dalam suatu organisasi*", *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 1.2 2004.
- Rosilawati, Yeni. "*Employee branding sebagai strategi komunikasi organisasi untuk mengkomunikasikan citra merek (Brand-Image)*". *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.3 2014.
- Sari Marta, Elva Ronaning Roem, and Sarmiati, "*Strategi Komunikasi Komunitas Padang Heritage Di Era 4.0*", 2021.
- Silviani, Irene. "*Komunikasi organisasi*". Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Tere. 2021. *Gramedia Blog*. "*Jenis-Jenis Komunikasi Lengkap dengan Penjelasan*", <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-massa/>
- Yuliana, R. "*Peran komunikasi dalam organisasi*", *Jurnal STIE Semarang*, 2012.
- Zamzami, Wili Sahana. "*Strategi Komunikasi Organisasi*" *Sibernetika: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ilmu Sosial* 2021.