**­­­­**

**“KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI”**

Mata Kuliah

KMI 103 Dasar-dasar Manajemen

Euis Nurul Bahriyah, S.E,. M.Si

5927

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

2018

**KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI**

**Latar Belakang**

Komunikasi bagi setiap insan dalam suatu organisasi menjadi hal penting untuk menciptakan kesamaan pemahaman atas informasi yang disampaikan satu sama lain. Komunikasi merupakan sebuah pentransferan makna ke pada orang lain dalam bentuk lambang-lambang, simbol, atau bahasa-bahasa tertentu sehingga orang yang menerima informasi memahami maksud dari informasi tersebut.

Komunikasi pada gilirannya dapat menciptakan kepuasan bagi orang-orang yang melakukannya, seperti diungkapkan Dale Carnegie (2000) bahwa kepuasan bisnis, sosial, dan pribadi tergantung pada kemampuan seseorang berkomunikasi dengan jelas pada orang lain, apa pekerjaannya, apa yang diinginkannya, dan apa yang dipercayainya.

Demikian pentingnya makna sebuah komunikasi bagi manusia yang hidup dalam interaksi sebagai makhluk sosial antar satu manusia dengan manusia lainnya, demikian pula interaksi yang terjadi dalam sebuah dunia kerja pada organisasi perusahaan. Komunikasi memiliki arti yang penting dalam segala macam organisasi, baik organisasi berorientasi bisnis maupun organisasi nirlaba. Tanpa komunikasi organisasi tidak dapat menjalankan fungsinya. Sedemikian pentingnya komunikasi bagi suatu organisasi sehingga dapat dikatakan komunikasi menjadi sumber kehidupan organisasi, yaitu sebagai pengendalian, motivasi, pengungkapan emosional, dan informasi.

Sehubungan dengan kondisi saat ini, persaingan dan perkembangan dalam dunia bisnis sangatlah ketat. Selain itu, dunia bisnis tidak pernah lepas dari hubungan dengan stakeholders. Stakeholders adalah kelompok atau individu yang dukungannya diperlukan untuk kesejahteraan dan kelangsungan hidup organisasi. Salah satu faktor yang dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuannya adalah membina hubungan yang baik dengan stakeholders.

Pengertian Penting Komunikasi

Menelusuri dari asal katanya, komunikasi berasal dari dari perkataan “ Communicare” yaitu yang dalam bahasa latin bermakna “berpartisipasi atau memberitahukan”, sedangkan perkataan “ Comunis” berarti milik bersama ataupun “berlaku dimana-mana” atau juga berarti sama, sama di sini maksudnya sama makna. Jadi jika dua orang melakukan komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan berjalan atau berlangsung dengan baik selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.

Beberapa pengertian komunikasi dapat di lihat pada beberapa pendapat berikut ini. Robin (1996) mengatakan bahwa komunikasi mencakup baik pentransferan makna maupun pemahaman makna. Gibson et.al mengemukakan komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dengan menggunakan tanda-tanda yang sama (1992). Menurut James G. Robbin dan Barbara S. Jones (1982), dalam bukunya Effective for Today Manajer, bahwa: “Komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan, atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna. Atau lebih jelasnya lagi komunikasi adalah suatu pemindahan , atau penyampaian informasi mengenai fikiran dan perasaan”.

Komunikasi pada prinsipnya mengadakan hubungan sesuai dengan perkataan di atas disebutkan pemindahan atau penyampaian atau pengoperan lambang-lambang (biasanya dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain. Hal ini juga dikatakan oleh Pang Lay Kim dan Hazil (1981) bahwa kom unikasi sesungguhnya, adalah lebih luas dari pada hubungan menghubungi saja, juga meliputi cara penyampaian maksud manajemen, mengatakan suatu atau menunjukkan bagaimana sesuatu harus dikerjakan dan sebaliknya ia juga, meliputi syarat bahwa manajemen itu harus mendengarkan pula pendapat orang lain yang dikatakan itu.

Dari uraian tersebut di atas terlihat adanya cara menyampaikan maksud yaitu dengan cara merumuskan komunikasi menyampaikan maksud yaitu dengan cara merumuskan komunikasi sebagai tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna. Artinya perbuatan atau kegiatan menyampaikan suatu gagasan atau informasi dari seorang kepada yang lainnya, jelasnya adalah pemindahan atau penyampaian informasi mengenai fikiran, perasaan, dan fakta-fakta melalui proses.

Iklim komunikasi yang baik akan menciptakan kepuasan komunikasi, yang mana selanjutnya dapat menunjang pembentukan, pengembangan, dan penghayatan nilai-nilai budaya organisasi pada seluruh anggota organisasi. Dengan menguatnya budaya organisasi maka akan memberikan peluang besar bagi organisasi tersebut untuk menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan organisasi karena ia dapat mempertahankan fungsi apadatasinya terhadap persoalan-persoalan eksternal dan fungsi integrasinya dalam menghadapi permasalasahan-permasalahan internal” (Muluk, 1998).

**Komunikasi Efektif dalam Bisnis**

Ide-ide cemerlang berkaitan dengan komunikasi efektif banyak dikemukakan penulis-penulis kontemporer, sebagai hasil penelitian mendalam tentang dunia komunikasi modern seperti beberapa yang dilansir berikut ini.

Gagasan perlu ditampilkan secara bernalar (memenuhi kaidah reasoning atau penalaran) agar dapat dipahami oleh seorang pembaca. Juga teks-teks yang yang dipilih untuk menyampaikan secara akurat pelbagai makna yang akan dikeluarkan penulis harus tidak ambigu (bermakna ganda) agar sebuah gagasan tidak disalahpahami seorang pembaca (Hernowo, 2001).

Gagasan adalah modal dalam komunikasi, gagasan yang disampaikan baik secara lisan maupun tulisan adalah komuni kasi yang bermaksud agar pihak lain memahami dan mengetahui secara pasti apa yang ingin disampaikan. Dari kutipan di atas bahwa sebuah informasi dalam komunika si berbentuk tulisan harus masuk akal bagi orang lain dan tidak bermakna ganda sebagai upaya agar informasi yang disampaikan melalui tulisan tersebut tidak disalahartikan oleh pembacanya. Biasa terjadi dalam dunia kerja, pimpinan memberikan suatu bentuk pesan tertulis baik berupa instruksi kerja maupun sekedar info rmasi yang sifatnya memberikan pesan motivasional dalam bekerja, tidak dipahami oleh para karyawan dan bawahan akibat bahasa yang tertulis dalam informas i yang disampaikan terlalu birokratis, terlalu intelektuil, atau tidak dapat dipahami melalui nalar seorang karyawan.

Rob Abernathy dan Mark Reardon (2001) mengemukakan bahwa para ahli neuro-linguistic mengingatkan kita akan keampuhan bahasa untuk mendapatkan asosiasi mental. Anda dapat memberikan makna lebih dalam dan pemahaman lebih jernih dari presentasi anda dengan menggunakan bahasa setiap modalitas (visual, auditori, kinestetik).

Senada dengan itu Bobby dePoterter et.al. menyatakan bahwa otak terdiri dari tiga jalan utama atau modalitas, untuk memproses rangsangan yang datang kepada kita dari dunia di luar diri kita. Ketiga modalitas ini, visual, auditori al, dan kinestetik, merupakan saluran komunikasi yang membantu memahami isi pesan (informasi) dari sebuah komunikasi.

Modal visual dalam berkomunikasi merupakan kemampuan untuk menciptakan dengan jelas gambaran apa yang ingin disampaikan dalam sebuah komunikasi. Modal auditorial mengupayakan bagaimana agar pihak penerima informasi atau lawan komunikasi dapat mendengarkan melalui telinga mereka dengan cara memberikan penjelasan atau dialog yang penerima mampu mencerna semua penjelasan tersebut. Terakhir kinestetik sebagai modal komunikasi efektif berupa gerakan-gerakan fisik yang membuat lawan komunikasi lebih tertarik pada apa yang disampaikan dan terlebih dapat memahami dengan jelas bagaimana suatu cara harus diperbuat dengan mencontohkan gerakan-gerakan tertentu.

Memperjelas model komunikasi ini, kita ambil sebuah contoh di dalam training rekruitmen tenaga kerja baru untuk mempersiapkan karyawan yang terampil dalam bidang pelayanan costumer bank sebagai seorang teller yang biasa berhadapan dengan orang banyak. Pihak Human Resources Departemen (HRD) perusahaan memberikan presentasi dengan menggunakan peralatan-peralatan audiovisual dan menampilkan gambar-gambar, bagan, dan pola-pola grafis tertentu, selain membuat ketertarikan apa yang disampaikan, biasanya cara ini membuat audiens lebih cepat memahami isi penyampaian dalam komunikasi ini. Selanjutnya, HRD juga memperdengarkan contoh speaking style dari peralatan audio vidual tersebut bagaimana seharusnya cara berbicara yang menarik kepada para customer dan membuat mereka merasa dihargai. Selanjutnya contoh modal kinestetik adalah memperagakan dengan gerakan tubuh untuk mengajari para calon teller bagaimana berkomunikasi non verbal (bahasa tubuh) kepada costumer.

Ini hanya salah satu contoh pemanfaatan modal dalam berkomunikasi dalam dunia kerja, banyak contoh lain seperti dalam rapat, memberikan instruksi kerja, dan lainnya yang menjadikan komunikasi antar pimpinan dengan bawahan atau sesama level kerja dapat tercipta dengan efektif.

**Komunikasi dalam Organisasi**

Menjalin komunikasi dalam organisasi merupakan suatu hal yang wajib dilakukan dan termasuk ke dalam [**fungsi kepemimpinan**](https://jurnalmanajemen.com/fungsi-kepemimpinan/)**.** Tanpa adanya komunikasi dalam organisasi tidak mungkin suatu organisasi dapat menjalankan roda manajemennya.

**Pengertian Komunikasi**

            Komunikasi dalam organisasi sangat penting karena dengan adana komunikasi maka seorang bisa berhubugnan dengan orang lain dan saling bertukar pikiran yang bisa menambahkan wawasan seseorang dalam bekerja ataupun menjalani kehiduppan sehari-hari maka untuk membina hubungan kerja antara pegawai maupun antar atasan bawahan perlulah membicarakan komunikasi secara lebih terperinci.

            Di bawah ini ada beberapa pendapat yang mendefinisikan komunikasi secara terpisah diantaranya :

1. Keith Davis

     comunication is the process of passing information and understanding from one person to another

     komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain.

 2. Chester I Barnard

     komunikasi adalah suatu alat dimana orang-orang yang bersangkutan saling berhubungan satu sama lain dalam suatu organisasiuntuk mencapai tujuan umum.

 3. Koontz O’Donnell

     Komunikasi adalah sebagai suatu pemindahan informasi dari satu orang ke orang yang lain.

Dari ketiga pendapat di atas bisa disimpulkan bahwa di dalam komunikasi harus mencakup tiga hal pentingagar komunikasi tersebut berhasil baik :

1. Harus ada si pembawa berita atau bisa disebut komunikator (Sender)
2. Harus ada si penerima berita atau bisa di sebut komunikan (Receiver)
3. Berita atau informasi yang akan di sampaikan.

Syarat-syarat agar komunikasi yang dilakukan berhasil dengan baik :

1. **Jelas**

yaitu dinyatakan ke dalam bahasa yang di mengerti oleh si penerima berita.

1. **Tepat**

dalam hal orang yang di tuju untuk di beri berita atau informasi yang perlu di sampaikan.

1. **Sasaran**

tujuan pemberian berita atau informasi sebaiknya sesuai dengan yang diharapkan si pengirim.

Beberapa cara komunikasi di lakukan, bisa melalui :

* **komunikasi langsung**

     Yaitu komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan berita, laporan maupun perintah antara si pengirim berita (komunikator) kepada si penerima berita (komunikan) dilakukan secara langsung, sehinggga jika sio penerima berita melakukan respon umpan balik yang terjadi juga diterima oleh si pengirim berita juga secara langsung (pada saat itu juga)

* **Komunikasi tidak langsung**

     Komunikasi yang terjadi jika dalam menyampaikan berita tidak di lakukan secara langsung, hanya melalui orang lain ataupun secara tertulis. Komunikasi ini mengakibatkan umpan balik yang terjadi juga tertunda.

**Unsur-unsur Komunikasi**

**1. komunikator**

Kominikator adalah karyawan atau manager yang memeiliki ide, niat-niat,informasi dan tujuan untuk komunikasi.

**2. Pengkodean (Encoding)**

Pengkodean dilakukan untuk menerjemakan ide komunikator menjadi sekumpulan simbol yang sistematis yang mengungkapkan makna informasi yang dikomunikasikan. Fungsi pengkodean ini adalah menciptakan suatu bentuk dimana setiap ide dan makna dapat diekspresikan sebagai sebuah pesan.

 3. P**esan (message)**

Pesan adalah apa yang disampaikan setiap individu kepada orang lain, dan bentuk sangat tergantung media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut kedua hal tersebut tidak dapat terpisahkan. Contohnya, keputusan untuk menggunakan suatu jenis evaluasi kerja alih-alih menggunakan jenis evaluasi kerja yang lain dapat menjadi sebuah “pesan” begi sekelompok orang.

 4. **media perantara (medium)**

Media perantara merupaka media yang menyampaikan pesan. Organisasi-organisasi dapat menyediakan informasi kepada seluruh anggota dengan berbagai cara,seperti komunikasi,tatap muka,telepeon,pertemuan kelompok,memo.

 5. **pengurai penerima pesan (decoding receiver)**

Pengurai adalah istilah teknis untuk setiap proses pemikiran dari penerima pesan. Pengiurai, oleh karena itu berkaitan dengan bagaimana menginterpresentasikan informasi yang disampaikan. Penerima pesan, menginterpresentasikan (menguraikan) pesan yang disampaikan berdasarkan pengalaman-pengalaman sebelumnya untuk dapat benar-benar memahami pesan tersebut.

 6. **umpan balik (feedback)**

Komunikasi satu arah adalah proses yang tidak memungkinkan terjadinya umpan balik bagi komunikator dari penerima pesan. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya distorsi antar pesan yang disampaikan dengan pesan yang diterima. Komunikasi dua arah menyedeiakan umpan balik yang penting dari penerima pesan ke komunikator.

Bagi para manajer iumpan balik komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Dalam situasi tatap muka, memungkinkan terjadinya umpan balik langsung melalu pertukaran verbal,seperti dalam bentuk perubahan ekspresi wajah ketika bertemu dengan perbedaan pendapat/ kesalahpahaman.

 7. **suara derau( noise)**

Suara derau dapat dilihat sebgai faktor-faktor yang menyimpangkan pesan yang disampaikan. Suara derau dapat dalam setiap elemen dalam komunikasi. Contohnya, seorang manajer yang berada dalam situasi yang mendesak mungkin saja mengirimkan surat elektronik yang berisi kata-kata yang keras kepada bawahan-bawahannya, yang menimbulkan kemarahan para bawahannya.

**Bagaimana Menyalurkan ide melalui komunikasi**

           Seperti yang kita ketahui dalam komunikasi harus ada pengirim berita (sender) dan penerima berita (receiver). Namun dalam perosesnya ada beberapa tahap untuk melakukan komunikasi, yaitu :



Dalam membina kerja sama dalam kelompok inilah yang nantinya di gunakan dalam rangka membina koordinasi kesatuan gerak arah yang sesuai dengan arah dan tujuan organisasi.

            Agar tercapai koordinasi dalam kerjasama itu sangat penting di laksanakannya komunikasi yang setepat-tepatnya dan seefektif mungkin sehingga koordinasi dan kerja sama benar-benar dapat dilaksanakan setepat-tepatnya juga.

            Pengambilan keputusan juga sangat memerlukan komunikasi yang setepat-tepatnya, karena dalam akhir dari pengambilan keputusan tersebut hendaknya juga merupakan pencerminan dari adanya koordinasi dan kerjasama yang tercipta dalam lingkungan perusahaan atau lingkungan organisasi.

            Untuk jelasnya hubungan komunikasi dalam koordinasi kerjasama dapat digambarkan sebagai berikut :



Hubungan komunikasi dengan koordinasi dan kerjasama dalam pemaksimuman pemanfaatan sumber-sumber ekonomi dan waktu

**Hambatan-hambatan Komunikasi**

Ada banyak hambatan yang biasa di temukan dalam komunikasi, dan berakibat pada tidak efektifnya komunikasi. Robbin meringkaskan hambatan komunikasi itu sebagai brikut :

1. Penyaringan (filtering). Yaitu komunikasi yang di manipulasi oleh si pengirim sehingga nampak lebih bersifat Menyenangkan si penerima. Banyak manager melaporkan keadaan yang tidak sebenarnya, atau menutup-nutupi kebenaran karena hanya ingin atasannya menjadi senang. Di dalam peraktek, hal ini desibut sebagai komunikasi yang bersifat ABS (asal bapak senang). Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena ingin menjadikan informasinya di jadi kan dasar keputusan. Maka keputusan yang kelak akan di hasilkan berkualitas rendah dan salah.
2. Persepsi selektif. Yaitu keadaan di mana penerima pesan di dalam peroses kominikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, tidak sama dengan apa yang di lihat dan didengar oleh orang lain. Contohnya : seorang wanita yang keluar dari gedung bioskop dengan mata merah karena menangis, mungkin karena disebabkan menonton filem yang sedih, sementara orang lain yang menafsirkan telah terjadi percekcokan antara wanita itu dengan pasangannya . atau, dua orang laki-laki muda berjalan sambil berangkulan yang di indonesia di anggap biasa, di dunia barat di anggap sebagai pasangan homoseksual. Jadi, dalam hal cara menafsirkan pesan-pesan tadi, maka pengalaman, pendidikan, pengetahuan, dan budaya akan ikut menentukan. Pendidikan, pengetahuan, dan budaya akan ikut menentukan. Oleh karenanya, persepsi yang demikian ini dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.
3. Bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginteprasikan pesan. Pesan yang sama yang di terima oleh seseorang di saat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika ia pesan itu normal.
4. Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseoran gdengan orang lain. Kadang-kadang arti dari sebuah kata tidak berbeda pada kata itu sendiri tetapi pada kita. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah ha-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa uyang di pakai oleh seseorang, atau definisi yang di letakan oleh suatu kata. Contohnya, adalah istilah by-pass oleh pengendara mobil di hubungakan dengan jalan yang di tempuh, sementara di kalangan kedokteran berhubungan dengan suatu operasai jantung, dan di dalam mekanisme atau prosedur manajemen di artikan sebagai adanya pejabat dilewati atau dikesampingkan.

Di dalam melihat hambatan-hambatan komunikasi memang para ahli biasa berbeda pandangan. Selain dari klasifikasi yang di kemukakan di atas ada juga klasifikasi lain yang pernah diajukan oleh beberapa penulis. Reksohadiprodjo & Handoko, misalnya : mengklasifikasikan hambatan-hambatan komunikasi ke dalam empat katagori, yaitu :

1. Hambatan dalam diri pribadi.
* Persepsi selektif
* Perbedaan individu dalam keterampilan dan berkomunikasi.
1. Hambatan antara pribadi.
* Iklim / susana dalam kalompok
* Kepercayaan penerima.
* Kredabilitas sumber informasi.
* Kepercayaan penerima.
* Derajat kesamaan pengiriman dan penerima.
1. Hambatan organisasional.
* status
* Hirarki organisasi.
* Ukuran kelompok.
* Ruangan / wilayah dalam organisasi.
1. Hambatan teknologi.
* Bahasa dan pengertian.
* Isyarat-isyarat non-verbal.
* Efektivitas saluran.

Ke semua hambatan di atas harus di sadarai keberadaannya, dan perlu diusahakan sedapat mungkin untuk dihindari agar supaya seseorang dapat berkomunikasi dengan baik dan mendapatkan hasil komunikasi yang optimal.

**Klasifikasi komunikasi dalam organisasi**

            Klasifikasi dalam komunikasi dapat kita bedakan, menurut sifat, arah, lawannya juga karismanya :

**1. Dari segi sifatnya :**

a) Komunikasi Lisan

     Komunikasi Lisan adalah komunikasi dengan mengucapkan kata-kata secara lisan dan langsung kepada lawan bicaranya, komunikasi lisan biasanya dapat dilakukan pada kondisi para personal/individu berhadapan langsung, seperti pada saat berkomunikasi dengan tatap muka langsung atau melalui alat berupa komputer yang mempunyai fasilitas konfrensi jarak jauh (computer teleconference) tatap muka melalui televisi sirkuit tertutup (closed cirkit televisi/CCTV).

b) Komunukasi Tertulis

     Komunikasi Tertulis adalah komunikasi yang dilakukan melalui tulisan sepertia yang dilakukan dalam surat menyurat melalui pos, telegram, telexaf, fax, e-mail dan sebagainya. Dalam dunia bisnis dapat dijumpai berbagai macam contoh komunikasi verbal, misalnya : membuat dan mengirim surat teguran kepada nasabah yang menunggak pembayarannya.

–  membuat dan mengirim surat penawaran harga barang kepada pihak lain.

–  membuat dan mengirim surat konfirmasi barang kepadsa pelanggan.

–  membuat dan mengirim surat pemesanan barang (order) kepada pihak lain.

–  membuat dan mengirimi surat vaduan (claim) kepada pihak lain.

–  membuat dan mengirim surat permintaan barang kepada pihak lain.

–  membuat dan mengirim surat penolakan kerja

c)Komunikasi Verbal

     komunikasi verbal (bahasa) yaitu dengan ucapan kalimat, pesan lisan maupun tulisan dan gambar.

d )Komunikasi Non Verbal

     komunikasi no verbal yaitu komunikasi yang disampaikan dengan gerakan tubuh, air muka dan jarak fisik antara pengirim dan penerima pesan bisa di sebut dengan istilah kinesika.

**2. Dari segi arahnya**

* Komunikasi Ke atas

   komunikasi yang mengalir pada individu dari hirarki kedudukan yang lebih rendah dalam struktur organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan yang lebih tinggi. Salah satu bentuk komunikasi ke atas yang palingsering di temukan adalah kontak saran, rapat-rapat kelompok, dan protesmengenai prosedur.

Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan **komunikasi ke atas *(upward communication)*** sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi-situasi semacam ini, komunikator berada pada tingkata yang lebih rendah dalam hierarki organisasi dari pada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberian suara, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul orang seringkali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komuniakasi ke atas yang tidak formal. Ini terbukti dengan munculnya sejumah publikasi karyawan yang sifatnya “bawah tanah/ilegal” dalam berbagai perusahan besar.

> Komunikasi ke atas berperan menjalankan beberapa fungsi penting. Gray kreps, seseorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi menemukan beberapa diantaranya.

> Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manajer mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang di hadapi, serta informasi mengenaioperasi dari hari ke hari yang di perlukan untuk pengambilan keputusan mengenai bagaimana menjalankan organisasi.

> Hai ini merupakan sumber utama bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik untuk menentukan seberapa efektifnya komunikasi ke bawah dalam organisasi.

> Hal ini dapat mengurangi ketegangan pada karyawan degnan memberikan kesempatan pada anggota pada tingkat lebih rendah untuk membagikan informasi yang relevan dengan atasannya.

Hal ini mendorong partisipasi dan keterlibatan karyawan, dan karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi.

* Komunikasi Ke bawah

jenis komunikasi ini mengarah ke bawah, dari individu yang berada pada kedudukan lebih tinggi dalam herarki organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan lebih rendah. Bentuk paling umum dari komunikasi kebawah (*down ward communication*) adalah instruksi kerja, memo resmi, pernyataan kebijakan perusahaan, prosedur, manual kerja. Atau publikasi perusahaan. Dalam banyaknya organisasi. Komunikasi ke bawah sering kali tidak mencukupi dan tidak akurat, seperti terjadi dalam pernyataan yang seringkali kita dengar dan anggotaorganisasi bahwa “kita tidak memahami apa yang sesungguhnya terjadi”. Keluhan-keluhan seperti ini menunjukan terjadinya komunikasi yang tidak efektif dan butuhnya individu-individu akan informasi yang relevan dengan pekerjaan mereka. Tidak adanya informasi yang terkait pekerjaan cukup dapat menciptakan konflik dan stres di antara anggora organisasi .“situasi serupa dihadapi oleh siswa yang tidak pernah mendapat informasi tentang persyaratan dan harapan yang di inginkan oleh dosen.

* Komunikasi Diagonal

walaupun mungkin jenis ini adalah jenis komunikai yang paling jarang di gunakan dalam organisasi,komunikasi diagonal (*diagonal comunication*) penting dalam situasi-situasi di mana para anggotanya tidak dapat berkomunikasi dengan efektif melalui jalur-jalur komunikasi yang konversional. Contohnya, pengawas dalam organisasi besar dapat saja ingin melakukan analisa biaya distribusi. Salah satu bagian dari tugas dikirimkan langsung kepada pengawas tersebut, alih-alih melalui jalur komunikasi yang biasanya melalui dapartemen pemasaran. Karena itu, aliran komunikasi menjadi diagonal dan bukan vertikal maupun horizontal. Dalam kasus ini jalurkomunikasi menjadi diagonal dapat menjadi pilihan yang paling efesien dalam segi waktu dan usaha.

* Komunikasi horisontal

Komunikasi ini terjadi apabila pesan, berita laporan maupun informasi yang di sampaikan oleh si komunikator ke pada si komunikan bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan sesama karyawan maupun bertujuan untuk melakukan koordinasi dalam bekerja.

* Komunikasi Satu Arah

*one way traffic* , komunikasi satu arah yang artinya komunikasi ini terjadi jika seseorang yang mengirim berita tidak bermaksud untuk menerima umpan balik (respon) dari orang yang menerimanya secara langsung. Jadi hanya bermaksud memberikan informasi atau menyampaikan perintah dari atasan untuk di kerjakan karyawan

 

     A : pengirim berita

     B : penerima berita

* Komunikasi Dua Arah

*Two way traffic* : komunikasi yang terjadi diantara seorang dengan orang lain di mana kedua orang tersebut sama-sama aktif dalam memberikan tanggapan. Jadi baik komunikator maupun komunikan sama-sama aktif dalam berinteraksi.

*Two way traffic* ini bisa di lakukan diantara sesama teman atau sesama karyawan yang berada dalam tingkatan struktur organisasi yang sama.

 

A : Pengirim berita

B : Penerima berita

 3. **Menurut Lawannya :**

* Komunikasi Satu Lawan Satu

    berbicara dengan lawan bicara yang sama banyaknya. Contoh : berbicara melalui telepon.

* Komunikasi Satu Lawan Banyak (kelompok)

     berbicara antara satu orang dengan suatu kelompok. Contoh : introgasi maling dengan kelompok hansip, Metting dalam kantor.

* Kelompok Lawan Kelompok

    berbicara antara suatu kelompok dengan kelompok lain.

Contoh: debat partai politik.

 4. **Menurut Keresmiannya :**

* Komunikasi Formal

            Komunikasi yang dilakukan antara sesama anggota organisasi, yg di sesuaikan dengan urutan / tingkat dalam struktur organisasi.

            Bila komunikasi formal di sampaikan dari atasan ke bawahan komunikasi ini bisanya di gunakan untuk menyampaikan perintah.

            Akan tetapi jika komunikasi di lakukan dari bawahan ke atasan maka komunikasi ini biasanya di gunakan untuk menyampaikan laporan.

* Komunikasi informal (the Grapevine)

       Komunikai informal yang terjadi karena adanya komunikasi antara sesama karyawan dalam suatu organisasi.

       Komunikasi informal (the grapevine) biasanya di sebarluaskan melaui desas-desus atau kabar angin dari mulut ke mulut dari satu orang ke orang lainnya dalam suatu organisasi . yg dimana kebenarannya tidak bisa di jamin karena kadang-kadang bertentangan dengan perusahaan.

**Daftar pustaka**

Ernest dale, ***Organization***, American Management Associaton, New york,1967.

Fx Soedjadi*,****Organization and Methods***, CV Haji Masagung, Jakarta, 1989.

Harold Kootz,Cyrill O’onnel,Heinz Weirich, ***Managemen,***Edisi ke delapan,

Peter Drucker, ***The practice of Management***, Harper &Row, New-York,1984.

Soekanto Reksohadiprodjo, T. Hani Handoko, ***Organisasi Perusahaan*,**yogyakarta,edisi 2,1987.

Soekanto Reksohadiprodjo,***Dasar-dasar manajemen*,** BPFE, yogyakarta,1984.

Hani Handoko, ***Manajemen*,**BPEF & LMP2M AMP-YKN, Yogyakarta,1984

Terry, George R, ***The PrincipleOf Management*,**Richard D Irwin Inc**,**Home-Wood Illiois, 1960.

Arifin, Anwar. 1988. *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar Ringkas* , Rajawali Press. Jakarta.

Carnegie, Dale 1999. *Mencari Kawan dan Mempengaruhi Orang Lain*. Gramedia. Jakarta.

Joedono, S.B. 2001. *Pengendalian Ektern Perilaku Dalam Teori Organisasi*,

Kim, Pang Lay dan Haazil. 1981. *Manajemen Suatu Pengantar*, Ghalia Indonesia. Jakarta.

Murdick, Robert G, et.al. 1993. *Sistem Informasi Manajemen Modern* , Erlangga. Jakarta.

Nitisemito, Alex . S. 1982. *Manajemen Personalia*, Cetakan Ketiga. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Robbin, James G dan Jones, Babara S. 1982. *Effective Communi cation for Today Manager.* Terjemahan R. Truman Sirait, Tulus Jaya. Jakarta.

Rob Abernathy dan Reardon, Mark. 2001. *Menjadi Pembicara Hebat*. Kaifa. Bandung.

Sondang, P. Siagian. 1986. *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*. Cetakan Keempat. Gunung Agung. Jakarta.