Struktur Organisasi Dan Dimensi Komunikasi Organisasi

Nurliah

**Pendahuluan**

Untuk memahami komunikasi perlu kiranya sedikit membahas konsep dasar komunikasi. Komunikasi menurut Hovland, Janis dan Kelley yang dikutip oleh Roudhonah dalam buku Ilmu Komunikasi yaitu Proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainya (khalayak). Sedangkan organisasi adalah sistem yang mapan dari orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian kerja.

Selain itu juga organisasi didorong oleh tiga motif unsur dasar yaitu orang-orang (sekelompok orang), kerjasama dan tujuan yang akan dicapai. Tiga motif organisasi ini saling ketergantungan satu sama lain, dan penghubung itu semua adalah komunikasi. Dari pengertian singkat mengenai komunikasi dan organisasi, maka komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada di dalam organisasi itu sendiri, juga antara orang-orang yang berada di dalam organisasi dengan publik luar, dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan.

Komunikasi dalam suatu organisasi selalu merupakan komunikasi timbal balik, demi kepentingan semua pihak. Dalam berkomunikasi kita menciptakan persamaan pengertian, ide, pemikiran, dan sikap tingkah laku kita terhadap orang lain. Jadi komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan dan kesepakatan pesan sehingga menimbulkan suatu pengertian. Dalam proses komunikasi melibatkan beberapa komponen yaitu Komunikator (sumber), Pesan, Saluran, Komunikan (organisasi/publik) dan Efek.

Komunikasi Organisasi dalam buku Komunikasi Organisasi karya R. Wayne Pace dan Don F. Faules menjabarkan bahwa definisi komunikasi organisasi dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu definisi subjektif dan definisi objektif. Keduanya memiliki ciri khas masing-masing. Komunikasi organisasi dalam prespektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pada prespektif ini yang ditekankan adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakaan, memelihara, dan mengubah organisasi.

Sedangkan dalam definsi objektif adalah kegiatan penangan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Pada prespektif ini yang lebih ditekankan adalah pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka. Jika R. Wayne memandang komunikasi organisasi dalam dua prespektif, lain halnya dengan Redding dan Sanborn yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku Komunikasi Organisasi, menurut mereka komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, dan lain-lain.

Komunikasi yang efektif merupakan sarana yang diperlukan untuk mengkoordinasikan, menggerakan, dan menyelaraskan seluruh sumber daya yang tersedia, agar nantinya menimbulkan rasa motivasi yang cukup kuat dari orang-orang dalam organisasi tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, agar komunikasi menjadi lancar dan efektif sehingga dapat memotivasi para karyawan maka harus terjalin komunikasi terbuka dalam arti transparan sehingga para anggota merasa dihormati dan dihargai keberadaannya dalam organisasi. Hal yang penting pula dilakukan adalah dengan cara pihak atasan tiap unit melakukan pendekatan dengan pegawainya. Juga dengan mengadakan rapat rutin untuk melakukan evaluasi berkelanjutan demi kelancaran efektifitas kerja karyawan (Rahmanto et.al, 2004).

Iklim komunikasi yang positif seperti keterbukaan, kemudahan akses, kolaborasi dan keterlibatan di antara staf organisasi juga memainkan peran dalam komunikasi organisasi. Lingkungan atau iklim positif akan meningkatkan kepuasan kerja, mengurangi biaya konsekuensi ketidakhadiran dan pergantian dan meningkatkan kepercayaan (Weiss, 1985). Supervisor terpercaya akan mendapatkan lebih banyak perhatian dan dukungan selain kurangnya komunikasi formal negatif. Pentingnya iklim komunikasi yang positif terbukti relevan dengan efektivitas organisasi.

Menurut Kluger dan DeNisi (London et.al, 1999) umpan balik pribadi adalah salah satu dimensi komunikasi organisasi penting karena penyediaan umpan balik dalam lingkungan yang mendukung menyebabkan staf memahami mereka diperlukan untuk berperilaku dan memikirkan tindakan dan praktik untuk meningkatkan kinerja pekerjaan (Urick et.al, 1993). Lebih lanjut yaitu, mencari umpan balik adalah inisiatif di antara staf untuk pengembangan pribadi dan kinerja pekerjaan (London et al, 1999). Tubbs dan Moss (1974) menyimpulkan bahwa staf yang menerima umpan balik positif akan membangun sikap positif terhadap diri sendiri dibandingkan dengan staf yang menerima umpan balik negatif. Namun, umpan balik negatif juga dapat menjadi masukan untuk meningkatkan prestasi kerja jika dikomunikasikan secara efektif yaitu jelas dan konkret, tidak bersifat alami menghukum, dan berputar di sekitar item yang bisa ditingkatkan (Che Su Mustaffa, 2014).

**Struktur Organisasi**

Adanya bentuk kerjasama antara manusia yang satu dengan yang lainya untuk meraih sesuatu merupakan salah satu kegiatan organisasi. Menurut Khocler yang dikutip oleh Onong Uchayana dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan organisasi adalah sistem hubungan yang berstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Lain lagi dengan pendapat Wright yang dikutip Onong Uchayana, dia mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktifitas yang dikoordinasikan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan usaha yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang memiliki tujuan dan terbagi dalam sistem kepangkatan yang harus dipertanggung jawabkan. Organisasi juga merupakan suatu sistem yang di dalamnya terdapat komponen-komponen yang saling tergantung satu sama lain, dalam sistem tersebut butuh koordinasi untuk mencapai tujuan bersama. Koordinasi tersebut penting agar masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak menggangu bagian lainya. Misalnya dalam perusahaan, manajer harus mengkoordinasikan kegiatan karyawan-karyawanya sehingga pekerjaan masing-masing berjalan lancar.

1. **Ciri-Ciri Organisasi**

Tiap organisasi di samping mempunyai elemen yang umum juga mempunyai karakteristik yang umum, yaitu :

1. Dinamis, yaitu terbuka terus menerus mengalami perubahan
2. Memerlukan Informasi
3. Mempunyai Tujuan
4. Terstruktur

Organisasi memang harus bersifat dinamis, pujian dan kritikan harus ditanggapi dengan bijak untuk kemajuan organisasi. Untuk mempermudah dalam koordinasi dibutuhkan struktur organisasi agar ada pembagian kerja yang jelas sehingga roda organisasi dapat berputar.

1. **Unsur-Unsur Organisasi**

Organisasi sangat bervariasi ada yang sangat sederhana ada juga yang sangat kompleks. Maka untuk membantu kita memahami organisasi tersebut perhatikanlah model berikut yang menggambarkan elemen dasar dari organisasi dan saling keterkaitan satu elemen dengan elemen lainnya.

1. Struktur Sosial

Struktur sosial adalah pola atau aspek hubungan yang ada antara partisipan di dalam suatu organisasi.

1. Partisipan

Partisipan adalah individu-individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi.

1. Tujuan

Konsep tujuan organisasi adalah yang paling penting dan kontroversial dalam mempelajari organisasi.

1. Teknologi.

Yang dimaksud dengan teknologi adalah penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan mesin juga pengetahuan teknik dan keterampilan partisipan.

1. Lingkungan

Sebagai organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan dan lingkungan sosial, terhadap mana organisasi tersebut harus menyesuaikan diri. Semua tergantung pada lingkungan yang lebih besar untuk dapat untuk hidup, tetapi pekerjaan sekarang menitikberatkan kepada lingkungan hidup.

1. **Fungsi Organisasi**

Dalam mencapai maksud dan tujuan organisasi, ada 4 (empat) fungsi organisasi yang sangat perlu diperhatikan berkaitan dengan manajemen organisasi, yakni:

1. Planning (perencanaan)
2. Organizing (pengaturan)
3. Accounting (pelaporan)
4. Controling (pengawasan).

Organisasi membutuhkan perencanaan yang matang dalam menjalankan kegiatannya. Perencanaan dapat dimusyawarahkan oleh seluruh anggota organisasi. Untuk mewujudkan perencaan dibutuhkan pengaturan job desk masing-masing anggota untuk mempermudah jalannya organisasi. Pelaporan dan pengawasan adalah fungsi penunjang agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Struktur (structure) merupakan salah satu dari enam dimensi iklim organisasi selain standar-standar (standards), tanggung jawab (responsibility), penghargaan (recognition), dukungan (support), dan komitmen (commitment). Struktur organisasi merefleksikan perasaan di organisasi secara baik dan memiliki peran serta tanggung jawab yang jelas dalam lingkungan organisasi (Permana et.al, 2018)

**Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi**

Komunikasi menyangkut pesan-pesan yang dapat dibedakan berdasarkan penerima pesan dan fungsi pesan. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bila dilihat dari fungsi pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menyangkut penyampaian pesan antar individu dan kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi.

Komunikasi dalam organisasi tidak akan terlepas dari bentuk komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Betapa pentingnya komunikasi internal dalam membina hubungan antarindividu di dalam organisasi di mana masing-masing anggota memiliki berbagai kepentingan tetapi memiliki tujuan untuk kepentingan bersama. Demikian pula dengan komunikasi eksternal dalam membina hubungan dengan pihak khalayak di dalam membina hubungan dengan pihak khalayak di luar organisasi.

Dalam berkomunikasi terdapat arus informasi yang perlu diperhatikan, untuk itu akan dibahas berdasarkan tempat dimana khalayak sasaran berada, yaitu komunikasi internal dan komunikasi ekternal (Widiyastuti, 2018).

* + 1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi atau perusahaan. Dalam penerapan komunikasi beragam karena sesuai dengan struktur organisasi. Komunikasi dalam organisasi bisa terjadi diantara orang yang memiliki level kepangkatan yang sama, diantara pimpinan dan bawahan, dan lain- lain.

Berdasarkan alur komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, maka komunikasi internal terbagi menjadi empat alur yaitu vertikal, horizontal, diagonal, dan grapvine.

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah arah arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (downward communication) dan dari bawah ke atas (upward communication). Pada downward communication, pimpinan menyampaikan pesan kepada bawahan. Alur ini memiliki fungsi sebagai berikut:

* 1. Pemberian atau penyampain intruksi kerja, bentuknya perintah, arahan, penerangan, manual kerja, uraian tugas.
	2. Penjelasan dari pimpinan mengenai mengapa sutu tugas perlu dilaksanakan. Hal ini ditunjukan agar pekerja mengetahui bagaimana tugas-tugas berkaitan dengan tugas dan posisi yang lain di organisasi dan mengapa mereka mengerjakan tugas tersebut.
	3. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku seperti bagaimana waktu kerja, cara pengaturan gaji, asuransi kesehatan, dan lain-lain.
	4. Penyampaian informasi mengenai bagaimana penampilan pekerja, baik itu penampilan fisik maupun penampilan kemampuan menjalankan pekerjaan dan memperlihatkan daya tahan dalam keberhasilan kerja.
	5. Pemberian informasi bagaimana mengembangkan misi perusahaan.

Terdapat lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan ke bawahan (Khan dan Katz, 1966) dalam Yenny dkk (2004), yaitu:

1. How to job adalah jenis informasi yang menyangkut bagaimana kita melaksanakan tugas atau pekerjaan. Perintah/instruksi dapat berupa pemberitahuan, petunjuk,  penjelasan dan job description.

2. Rationale for doing jobs adalah jenis informasi mengenai atas dasar alasan apa kita melaksanakan tugas yang dibebankan kepada kita. Dalam hal ini, suapya karyawan memahami bagaimana dia bekerja yang memahami bagaimana dia bekerja yang berkaitan denga berkaitan dengan tugas lainnya.

3. Organizational policies dan practices adalah jenis adalah jenis informasi mengenai kebijakan dan pentunjuk-pentunjuk praktis. Dalam hal ini, karyawan diberikan informasi mengenai jam kerja, gaji, pemutusan hubungan kerja, asuransi, cuti, insentif, sanksi dan sebagainya.

4. Employee performance yaitu jenis informasi mengenai kinerja karyawan,  bagaimana karyawan melaksanakan pekerjaannya dengan baik untuk efisien dan efektifnya tujuan organisasi.

5. Mission of the organization adalah informasi untuk mengembangkan kesamaan misi.

Menurut Level dalam Pace dan Faules (2000), ada empat metode dalam memberikan informasi dari atas ke bawah yaitu.

* 1. Metode lisan

Metode lisan dinilai paling efektif dalam situasi yang mencakup teguran dan mendamaikan perselisihan tetapi paling tidak efektif dalam enam situasi lainnya meskipun empat dari enam situasi juga dinilai paling efektif untuk  kombinasi metode lisan diikuti tulisan.

* 1. Tulisan saja

Metode tulisan saja dinilai paling efektif bila diperlukan informasi untuk tindakan yang akan datang, bila informasinya umum dan bila tidak diperlukan kontak pribadi.

* 1. Tulisan diikuti lisan

Metode tulisan diikuti lisan tidak dinilai paling efektif atau paling tidak efektif bagi setiap situasi.

* 1. Lisan diikuti tulisan

Metode lisan diikuti tulisan dinilai paling efektif dalam enam dari sepuluh situasi dan tidak pernah dinilai tidak sesuai dengan situasi apapun.

Selain di atas, komunikasi juga mengalir dari bawahan ke atasan atau upward communication. Metode yang digunakan dalam penyampaian informasi bisa dengan lisan, tulisan, gambar, skema, atau kombinasi diantara semuanya. Metode upward communication memiliki beberapa fungsi, yaitu:

* 1. Penyampaian informasi mengenai pekerjaan yang sudah dan yang belum selesai dilaksanakan.
	2. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
	3. Membantu pemimpin dalam pengambilan keputusan.
1. Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal yaitu arus informasi yang terjadi secara mendatar atau sejajar di antara para pekerja dalam satu unit. Menurut soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto dalam buku Komunikasi Organisasional, tujuan dari arus informasi ini antara lain:

* 1. Mengkoordinasikan pengerjaan tugas
	2. Bertukar informasi dalam rencana dan kegiatan
	3. Mengatasi masalah
	4. Mendapatkan pemahaman bersama
	5. Memusyawarahkan, negosiasi, dan menengahi perbedaan
	6. Membangun dukungan interpersonal.

Dalam penerapan alur komunikasi horizontal banyak metode yang digunakan para karyawan, misalnya percakapan pada saat istirahat, percakapan melalui telefon, menggunakan memo, dengan diadakanya rapat diantara para karyawan yang sejajar kedudukannya, dan lain-lain.

1. Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi diantara seseorang dengan orang lain yang satu sama lain berbeda dalam kedudukanya dan bagian. Dalam komunikasi ini tidak ada perintah maupun pertanggung jawaban, biasanya hanya menyampaikan ide. Komunikasi diagonal diperlukan khusunya bagi para pekerja pada level bawah guna menghemat waktu. Dalam penggunaan alur ini diperlukan dua syarat yakni:

* 1. Setiap pekerja melakukan komunikasi secara diagonal harus memperoleh izin dari atasanya langsung
	2. Setiap pekerja yang melakukan komunikasi diagonal harus menginformasikan hasil yang dicapai kepada atasan langsung.
1. Grapvine

Grapvine adalah perkataan Inggris untuk tanamanan anggur dan karena tanaman ini menjalar tanpa arah dan bentuk tertentu, kadang-kadang seperti spiral dan lingkaran yang kait mengait maka perkataan inilah yang dipilih untuk sistem komunikasi informal. Grapevine biasanya disebut juga sebagai rumors. Komunikasi ini bebas hambatan karena berlangsung dari mulut ke mulut, selain itu informasi yang disampaikan sering kali tidak lengkap yang memungkinkan disalah artikan, namun begitu umumnya 75 persen sampai 90 persen pesan grapevine akurat yang berkaitan dengan situasi tempat kerja.

* + 1. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara orang-orang yang berada di dalam dengan khalayak di luar organisasi. Adapun tujuan utama dilaksanakan komuniksi eksternal oleh sebuah organisasi adalah:

1. Untuk membina dan memelihara hubungan yang baik
2. Untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan

Untuk memelihara dan menjaga citra organisasi agar tetap positif

Menurut Effendy (2006) dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal.

a. Bentuk-bentuk komunikasi organisasi adalah :

* 1. Komunikasi interal adalah pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan mereka dalam suatu perusahaan atau jabatan tersebut lengkap dengan struktur yang khas dan pertukaran secara horizontal dan vertical dalam suatu  perusahaan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung. Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi instruktif, kontrol dan koordinatif yang integratif dan direktif ke arah tujuan
	2. Komunikasi eksternal adalah komunikasi anatara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Menurut Menurut Effendy (2006), Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal disebut juga dengan komunikasi adaptif dan kontrol terhadap lingkungan demi kelangsungan hidup organsiasi.

b. Dimensi komunikasi internal dan eksternal

* Komunikasi internal terdiri dari :
	1. Komunikasi vertikal, yaitu pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan, lengkap dengan struktur yang khas (downward dan upward ).
	2. Komunikasi horizontal, yaitu berbagai diantara rekan sejawat dalam satu unit pekerjaan yang sama.
	3. Komunikasi diagonal.

Menurut Effendy, dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan komunikasi ke atas (upward communication) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan kepada bawahannya. Bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin. Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal.

Jenis komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat di klasifikasikan menjadi dua jenis, yakni:

* + - Komunikasi persona ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berulang dengan dua cara: komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.
		- Komunikasi kelompok ialah komunikasi secara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka, komunikasi kelompok bisa dengan kelompok kecil dan kelompok besar.
* Komunikasi Eksternal

Menurut Effendy Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal disebut juga dengan komunikasi adaptif dan kontrol terhadap lingkungan demi kelangsungan hidup organsiasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

1. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan. Komunikasi organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti, artikel surat kabar atau majalah, pidato, brosur, poster, konferensi pers, dll. Pada zaman modern ini media massa memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi untuk melancarkan komunikasi eksternal.
2. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

**Iklim Komunikasi Organisasi**

Iklim komunikasi organisasi dalam suatu perusahaan sangat menentukan kinerja karyawan, maka dari itu pemimpin harus jeli dalam menangkap situasi dan kondisi iklim komunikasi di perusahaan tersebut. Istilah Iklim disini merupakan kiasan (metafora). Kiasan adalah bentuk ucapan yang didalamnya suatu istilah atau frase jelas artinya dalam situasi yang berbeda yang bertujuan menyatakan suatu kemiripan. Contohnya, tempat ini seperti di rumah sendiri, nyaman, suasananya kekeluargaan. Meskipun perbandingan figuratif, perbandingan tersebut memberi informasi mengenai isi, struktur, dan arti situasi baru tersebut (Susilawati, 2010).

Frase iklim komunikasi organisasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama seperti iklim anda membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan, cara orang berkreasi terhadap suatu aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Iklim fisik terdiri dari kondisi- kondisi cuaca umum mengenai suatu wilayah. Dalam menelaah iklim komunikasi organisasi, kita harus memilah terlebih dahulu apa itu iklim komunikasi dan iklim organisasi. Kedua bentuk iklim tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Untuk pertama-tama akan dibahas terlebih dahulu iklim komunikasi.

1. Iklim Komunikasi

Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersonal dan kesempatan bagi pertumbuhan dan organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan-pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi berhubungaan dengan persepsi-persepsi anggota perusahaan terhadap informasi dan peristiwa yang terjadi. Dengan begitu jika komunikasi berjalan positif diantara anggota, maka akan timbul suasana kerja yang penuh dengan persaudaraan, para anggota perusahaan berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah, dengan anggota lain. Hal ini dengan sendirinya dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan iklim komunikasi yang negative dapat menyebabkan saling curiga dan tertutup antar karyawan.

1. Iklim Organisasi

Kreeps (1986), dalam Curtis (1992) yang dikutip oleh Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto dan Yenny Ratna Suminar dalam buku Komunikasi Organisasional meyatakan bahwa iklim organisasi adalah sifat emosional intern organisasi yang didasarkan pada bagaimana senangnya para anggota organisasi terhadap satu sama lain dan terhadap organisasi. Konsep tersebut dibuat atas dasar analogi antara kondisi lingkungan bisnis dan kondisi cuaca. Beberapa iklim kerja dikategorikan hangat dan gembira bila orang-orang yang terlibat didalamnya diperhatikan dan diperlakukan sesuai dengan martabatnya.

Sebenarnya pengertian iklim organisasi belum ada kesepakatan yang sama dari para ilmuwan. Menurut hemat penulis hal ini dikarenakan iklim organisasi sangat kompleks cakupan pembahasanya, karena mencakup semua unsur dasar organisasi yaitu anggota, pekerjaan, praktik-praktik yang berhubungan dengan pengelolaan, struktur dan pedomanan. Namun dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi adalah suatu situasi dan kondisi yang terjadi di dalam organisasi yang terbentuk dari perpaduan unsur- unsur organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja anggota organisasi.

Dari penjabaran iklim komunikasi dan iklim organisasi di atas, ditemukan kesamaan diantara keduanya, yaitu sama-sama dapat mempengaruhi kinerja anggota organisasi. Setelah kita menelaah iklim komunikasi dan iklim organisasi, maka kita akan membahas secara keseluruhan yaitu iklim komunikasi organisasi. Menurut Falcinone yang dikutip oleh Wayne Pace dan Don F.Faules dalam buku Komunikasi Organisasi menjelaskan bahwa Iklim komunikasi organisasi adalah suatu citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global yang disebut komuniksai organisasi.

Kita mengansumsikan bahwa iklim berkembang dari interaksi antara sifat- sifat suatu organisasi dan persepsi individu atas sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi.

Untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi dapat mengkaji teori Charles Redding yang dikutip oleh Arni Muhamad dalam buku Komunikasi Organisasi yang mengemukakan lima dimensi penting dari iklim organisasi yaitu:

* + - 1. Supportivennes, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun, dan menjaga perasaan diri berharga, dan penting.
			2. Partisipasi membuat keputusan
			3. Kepercayaan, dapat dipercaya, dan dapat menyimpan rahasia
			4. Keterbukaan, dan keterusterangan
			5. Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

Supportiveness dapat di bagi lagi menjadi beberapa kategori, menurut Gibb yang dikutip oleh Soleh Soemirat, dkk dalam buku Komunikasi Organisasional bahwa tingkah laku komunikasi tertentu dari anggota organisasi mengarahkan kepada iklim supportiveness. Di antara tingkah laku tersebut adalah sebagai berikut :

* + - 1. Deskripsi, anggota organisasi memfokuskan pesan mereka kepada kejadian yang dapat diamati dari pada evaluasi secara subjektif atau emosional.
			2. Orientasi masalah, anggota organisasi memfokuskan komunikasi mereka kepada pemecahan kesulitan mereka secara bersama.
			3. Spontanitas, anggota organisasi berkomunikasi dengan sopan dalam merespons situasi yang terjadi
			4. Empati, anggota organisasi memperlihatkan perhatian dan pengertian terhadap anggota lainya
			5. Kesamaan, anggota organisasi memperlakukan anggota yang lain sebagai teman dan tidak menekankan kepada kedudukan dan kekuasaan.
			6. Provisionalism, anggota organisasi bersifat fleksibel dan menyesuaikan diri pada situasi komunikasi yang berbeda.

Indikator di atas dapat dijadikan masukan bagi organisasi untuk mengetahui apakah iklim komunikasinya positif atau negatif. Iklim komunikasi organisasi berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan karena iklim komunikasi organisasi juga memberikan pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Hal ini ditegaskan dengan pendapat Guzley yang dikutip oleh Akhi. Muwafik Saleh dalam buku Fungsi Komunikasi dalam Organisasi bahwa :

Keputusan dan perilaku individu berupa Keputusan-keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikatkan diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk meraih kesempatan dalam organisasi secara bersemangat, untuk mendukung para rekan secara dan anggota organisasi lainnya, untuk melaksanakan tugas secara kreatif, untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya. (Susilawati, 2010).

**Daftar Pustaka**

Mustaffa, Che Su. (2014). Keberkesanan Komunikasi Organisasi: Satu Analisis Multidimensi, IJMS 11 (2), 91-122 (2014).

Permana, Rangga Saptya Mohamad, Aceng Abdullah. (2018). Jurnal Komunikasi Global, Volume 7, Nomor 2, 2018.

Rahmanto, Aris Febri. (2004). Peranan Komunikasi Dalam Suatu Organisasi. Jurnal Komunikologi Vol. 1 No. 75 2, September 2004.

Susilawati, Fitri. (2010). Komunikasi Organisasi Dalam Kepemimpinan Pada PT Tempo Inti Media, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Widiyastuti. (2018). Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi Pada Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi pada Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan Kota Surakarta). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

**Biografi Penulis**

****Nurliah merupakan pengajar Ilmu Komunikasi di FISIP Universitas Mulawarman sejak tahun 2011. Minat penelitiannya adalah tentang media massa, komunikasi politik, dan ekonomi politik media penyiaran. Sebelumnya ia adalah wartawan di Radar Tarakan dan Tribun Kaltim antara tahun 2003 hingga 2008. Saat masih menjadi mahasiswa ia bergelut di pers kampus Identitas UH, sembari itu menjadi Kontributor untuk majalah nasional Forum Keadilan. Pada tahun 2012, ia terpilih sebagai Komisioner KPID Kaltim (2012-2015 dan 2015-2018). Purna tugas sebagai Komisioner ia kembali sebagai pengajar dan menggeluti dunia kewartawanan. Di universitas tempatnya bekerja ia menjadi humas pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Mulawarman. Sejumlah buku telah ditulis oleh alumni Ilmu Komunikasi Program Studi Jurnalistik Universitas Hasanuddin ini.

Anindita Septiarini adalah dosen dan peneliti sejak 2009 di Universitas Mulawarman, Indonesia. Minat penelitiannya terletak di bidang kecerdasan buatan, terutama pengenalan pola, pemrosesan gambar, dan visi komputer. Beliau memperoleh gelar sarjana pada tahun 2005 dari Universitas Surabaya, Indonesia, gelar master pada tahun 2009 dari Universitas Gadjah Mada, Indonesia, dan gelar doktor dalam bidang ilmu komputer pada tahun 2017 dari Universitas Gadjah Mada Indonesia. Beliau dapat dihubungi di email: anindita@unmul.ac.id.

Nurliah merupakan pengajar Ilmu Komunikasi di FISIP Universitas Mulawarman sejak tahun 2011. Minat penelitiannya adalah tentang media massa, komunikasi politik, dan ekonomi politik media penyiaran. Ia memperoleh gelar sarjana pada tahun 2002 dan master di Universitas Hasanuddin, Indonesia. Ia dapat dihubungi di email : nurliah.simollah@fisip.unmul.ac.id