

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN IKLIM KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Oleh : Ida Suryani Wijaya
STAIN Samarinda
idasuryani@gmail.com

Abstract;

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dimanapun manusia itu berada. Organisasi adalah sistem yang mapan dari mereka yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship*). Organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Jika sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi anatar komunikator dengan komunikan, dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi. Kepuasan komunikasi membawa hubungan dengan kepuasan kerja, kepuasan kerja merupakan respons seseorang terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya, seperti teman sekerja, kebijakan, promosi dll. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi lebih ditekankan untuk mendapatkan kepuasan kerja. Pimpinan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya.

Kata Kunci :

Komunikasi, Interpersonal, Iklim, Organisasi

Communication is a basic human activity, with people communicate can relate to each other in everyday life wherever human being. Organization is established system of those who work together to achieve a common goal, through the ranks and division of tasks. One characteristic of most real organizational communication is the concept of the relationship (*relationship*). Organization as a network of interdependent relationships. If something interdependent, this means that these things affect each other and influenced each other. Interpersonal communication is

communication between people face to face, which allows each participant capture the reactions of others directly, either verbally or nonverbally. Interpersonal communication as communication between communicator with communicant, regarded as the most effective type of communication in terms of efforts to change attitudes, opinions, or behavior. Interpersonal communication that takes place intensively with emphasis on the quantity and quality aspects are balanced, will create strong interpersonal relationships between superiors and subordinates and employees between people, so that openness and trust gained from the communication process can also determine changes in attitudes and behavior within the organization. Satisfaction communication carries relationship with job satisfaction, job satisfaction is an individual's response to various working environment it faces, such as coworkers, policy, promotion etc. The importance of a favorable climate in organizational communication is emphasized to obtain job satisfaction. Leadership as a responsible person in the organization can contribute to generate good communication climate in the organization

Keywords :

Communication , Interpersonal , Climate , Organization

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dimanapun manusia itu berada. Komunikasi juga merupakan hal yang sangat vital dalam keberlangsungan dan keberhasilan sebuah interaksi, baik dalam lingkungan formal semisal organisasi/lembaga pendidikan maupun pada tataran interaksi pada organisasi yang bersifat umum.¹

Dalam hal ini komunikasi yang efektif akan sangat menentukan keberhasilan sebuah interaksi, serta kelangsungan hidup sebuah organisasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan.

Organisasi adalah sistem yang mapan dari mereka yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers sebagaimana dikutip oleh Onong Uchayana Effendy memandang bahwa, organisasi sebagai suatu struktur yang melaksanakan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan di mana interaksi di antara bagian yang satu dengan yang lainnya dan manusia yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Kemapanan struktur organisasi yang melaksanakan prosesnya secara sistem seperti itu akan dapat menyelesaikan tujuan secara efektif, dalam arti kata masukan (*input*) yang diproses akan menghasilkan keluaran (*output*) yang diharapkan sesuai dengan biaya, personal dan waktu yang direncanakan.²

Komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai kesamaan makna. Tindak komunikasi tersebut dapat dilakukan dalam beragam konteks, antara lain adalah dalam lingkup organisasi (*organizational communication*). Dalam Al-Qur'an sendiri telah dijelaskan tentang pentingnya komunikasi dalam organisasi terutama ketika mengambil keputusan dalam setiap permasalahan yang bisa dilakukan melalui musyawarah, seperti firman Allah dalam QS. Asy-Syu'ara(42): 38 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Terjemahnya :

Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.

Dalam konteks organisasi, pemahaman mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi di dalamnya, seperti apakah instruksi pimpinan sudah dilaksanakan dengan benar oleh karyawan, atau bagaimana bawahan mencoba menyampaikan keluhan kepada atasan, memungkinkan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan aspek yang penting dalam suatu organisasi, baik organisasi profit maupun non profit.³

PEMBAHASAN

Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship*). Organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Jika sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain. Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Tetapi tidak semua pola dan sifat hubungan dalam organisasi berdasarkan pada jabatan dan peranan. Setiap anggota atau individu di dalam organisasi juga bertindak dan berkomunikasi dengan tanpa mengindahkan jabatan dan peranan mereka secara resmi, sehingga menciptakan jalinan komunikasi dan struktur yang bersifat informal yang diwarnai oleh sifat hubungan antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang, seperti dua sejawat atau dua rekan kerja, dua sahabat, atasan – bawahan, dll. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang dalam situasi tatap muka⁴ Pihak-pihak yang berkomunikasi

berada dalam jarak yang dekat, pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan secara verbal ataupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif dll.

Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi anatar komunikator dengan komunikan, dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Sedangkan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut.

Komunikasi interpersonal meliputi perilaku verbal dan nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dan diungkapkan dalam bentuk verbal dan nonverbal. Hal ini mencakupi isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan atau diungkapkan.

Komunikasi interpersonal meliputi komunikasi berdasarkan perilaku spontan, perilaku menurut kebiasaan, perilaku menurut kesadaran atau kombinasi ketiganya.

Komunikasi interpersonal tidaklah statis tetapi berkembang. Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berkembang, yang berbeda-beda tergantung dari tingkat hubungan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, pesan yang dikomunikasikan dan cara pesan itu dikomunikasikan.

Komunikasi interpersonal mencakup umpan balik pribadi, interaksi, dan kohesi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang memungkinkan terjadinya timbal balik. Dalam komunikasi ini terjadi interaksi diantara pengirim dan penerima pesan, yang satu mempengaruhi yang lain. Pengaruh itu terjadi pada tataran kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan behavior (perilaku).

Komunikasi interpersonal berpedoman pada aturan intrinsik. Peraturan intrinsik adalah peraturan yang dikembangkan oleh masyarakat untuk mengatur cara orang harus berkomunikasi satu sama lain. Sedangkan peraturan ekstrinsik adalah peraturan yang ditetapkan oleh situasi.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu aktivitas. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan.

Komunikasi interpersonal mencakup persuasi. Komunikasi interpersonal berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat, dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas bersama.⁵

Komunikasi interpersonal dapat dipergunakan untuk berbagai macam tujuan. Devito menyatakan bahwa semua orang yang terlibat di dalam komunikasi interpersonal memiliki tujuan yang bermacam-macam, seperti: untuk mengenal diri sendiri dan orang lain, untuk mengetahui dunia luar, untuk menciptakan dan memelihara hubungan, untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, untuk bermain dan mencari hiburan, dan untuk membantu. Komunikasi interpersonal menjadi sarana untuk membicarakan diri kita sendiri, sehingga melalui komunikasi interpersonal kita belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain, juga dapat membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain, sehingga kita dapat memberi tanggapan secara tepat terhadap tindakan orang lain.\

Dalam hidup seseorang perlu untuk bersosialisasi dan menciptakan serta memelihara hubungan dekat dengan orang lain, oleh karena itu, kita banyak menggunakan waktu untuk berkomunikasi antarpribadi yang bertujuan untuk memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Begitu juga untuk bisa mengubah sikap dan perilaku orang lain dengan upaya-upaya yang bersifat persuasif, maka digunakan juga komunikasi interpersonal ini untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis lebih baik daripada secara monologis. Dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal yang menunjukkan terjadinya interaksi.⁶

Untuk dapat mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan, diperlukan komunikasi yang baik agar komunikasi dapat berjalan efektif. Menurut Devito karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal ini dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni:

Sudut pandang humanistik

Sudut pandang ini menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan. Pandangan ini dimulai dengan pandangan umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan antarmanusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif).

Sudut pandang pragmatis

Sudut pandang ini menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi, secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Pandangan ini berawal dari keterampilan spesifik, yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi interpersonal, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam kelas-kelas perilaku umum. (misalnya: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, pemantauan diri, daya ekspresi, orientasi kepada orang lain).

Sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan

Sudut pandang ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan.⁷

Sudut pandang tersebut tidaklah terpisah tetapi saling melengkapi. Masing-masing sudut pandang akan membantu dalam memahami efektivitas komunikasi interpersonal. Adanya komunikasi interpersonal yang memotivasi, dalam penerapannya berjalan seiring dengan usaha dari masing-masing individu untuk mencapai apa yang ingin dicapai. Efektivitas komunikasi pada konteks komunikasi interpersonal terletak pada kualitas hubungan antar anggota organisasi.

Adapun hal yang dapat dipahami bahwa dalam melakukan proses komunikasi interpersonal yang paling penting adalah:

Pesan atau informasi itu disampaikan apa adanya, jujur, dan terbuka agar komunikan dapat memberikan respons yang lengkap, sehingga komunikator akan mengambil keputusan untuk memberikan respons yang tepat dan lengkap pula.

Berikan waktu seluas-luasnya kepada komunikan untuk menyampaikan pendapatnya. Jangan sekali-kali memotong pembicaraan seseorang sebelum ia selesai mengungkapkan pendapatnya.

Fokuskan perhatian dan perasaan pada tema pembicaraan. Hindarkan sikap acuh tak acuh, menyepelekan orang, dan menganggap rendah komunikan.

Tumbuhkan saling percaya dan saling bergantung, bahwa kita orang baik dan dia juga orang baik.

Perhatikan perilaku nonverbal, seperti tatapan mata yang menyenangkan, senyuman, mimik muka yang bersahabat.⁸

Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi. Dalam berkomunikasi harus ada keterbukaan, kejujuran, kepercayaan dan empati. Dalam prakteknya, perubahan sikap dan tingkah laku dari proses komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dapat berbentuk terwujudnya suatu sikap yang diharapkan muncul dari diri karyawan, yaitu motivasi kerja yang tinggi.

Komunikasi interpersonal bisa mempengaruhi iklim komunikasi. Iklim komunikasi dan organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi tingkah laku karyawan. Ada beberapa pengertian tentang iklim organisasi, yaitu:

Tagiuri mendefinisikan iklim organisasi sebagai kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat diuraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karaktersitik tertentu dari lingkungan.

Payne dan Pugh mendefinisikan iklim organisasi sebagai suatu konsep yang merefleksikan isi dan kekuatan dari nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkah laku dan perasaan anggota terhadap suatu sistem sosial.

Litein dan Stringers mengatakan bahwa iklim organisasi dapat dipelajari dengan mengobservasi jumlah otonomi secara individual, kebebasan yang dialami oleh individu, tingkat dan kejelasan struktur dan posisi yang dibebankan kepada pekerja, orientasi ganjaran dari organisasi dan banyaknya sokongan serta kehangatan yang diberikan kepada pekerja. Itulah sebabnya mereka memberikan dimensi iklim organisasi sebagai berikut: Rasa Tanggung Jawab; standar, atau harapan tentang kualitas pekerjaan; ganjaran atau reward; rasa persaudaraan; semangat tim.

Hillrieger dan Slocum mendefinisikan iklim organisasi adalah set atribut organisasi dan subsistemnya yang dapat dirasakan oleh anggota organisasi, yang mungkin disebabkan oleh cara-cara organisasi atau subsistem, terhadap anggota dan lingkungannya.⁹

Tingkah laku komunikasi mengarahkan pada perkembangan iklim, diantaranya iklim organisasi. Iklim organisasi dipengaruhi oleh bermacam-macam cara anggota organisasi bertingkah laku dan berkomunikasi. Iklim komunikasi yang penuh persaudaraan mendorong anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota lain. Sedangkan iklim yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan.¹⁰

Agar karyawan memiliki kesempatan untuk beraktualisasi dan mampu memanfaatkan kesempatan tersebut maka organisasi dituntut untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dimana dapat diwujudkan melalui iklim komunikasi yang bagus agar karyawan dapat merasa nyaman menyampaikan ide dan mengaktualisasikan diri di organisasi. Dengan demikian maka akan dapat meningkatkan prestasi kerjanya. Frederick Herzberg menyimpulkan bahwa orang-orang memiliki dua kategori kebutuhan yang berbeda yang secara esensial saling bergantung dan mempengaruhi perilaku dengan cara yang tidak sama. Apabila orang-orang merasa tidak puas dengan pekerjaannya, maka mereka tidak nyaman dengan tempat kerjanya. Sebaliknya, apabila orang-orang merasa senang dengan pekerjaannya, maka dia akan merasa nyaman di tempat kerja tersebut.¹¹

Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, respon karyawan terhadap karyawan lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersona dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut.¹² Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan, peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi, sedangkan iklim organisasi didefinisikan oleh Payne dan Paugh sebagai suatu konsep yang merefleksikan isi dan kekuatan dari nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkah laku dan perasaan anggota terhadap suatu sistem sosial.¹³

Iklm organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. Pengaruh ini didefinisikan, disepakati, dikembangkan dan dikokohkan secara berkesinambungan melalui interaksi dengan anggota organisasi lainnya. Pengaruh ini menghasilkan pedoman bagi keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan individu, serta mempengaruhi pesan-pesan mengenai organisasi.

Ada lima dimensi dari iklim komunikasi, yaitu:

Supportiveness, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting.

Partisipasi membuat keputusan

Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia

Keterbukaan dan keterusterangan

Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.¹⁴

Iklim komunikasi sebagai kualitas pengalaman yang bersifat obyektif mengenai lingkungan internal organisasi, yang mencakup persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi. Iklim komunikasi yang baik akan dapat menimbulkan kepuasan komunikasi organisasi yaitu semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Konsep kepuasan ini memperkaya ide iklim komunikasi. Iklim mencakup kepuasan anggota organisasi terhadap informasi. Iklim mencakup kepuasan anggota organisasi terhadap informasi yang tersedia.

Kepuasan dalam pengertian ini menunjukkan kepada bagaimana baiknya informasi yang tersedia memenuhi persyaratan permintaan anggota organisasi akan tuntutan bagi informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskannya, bagaimana diterima, diproses dan apa respon orang yang menerima. Iklim komunikasi dipengaruhi oleh persepsi bagaimana baiknya aktivitas komunikasi dari suatu organisasi memuaskan tuntutan pribadi. Kepuasan komunikasi adalah satu fungsi dari apa yang seorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan, kepuasan komunikasi muncul karena beberapa faktor, yaitu:

Kepuasan dengan pekerjaan. Ini mencakup hal-hal yang berkenaan dengan pembayaran, keuntungan, naik pangkat, pekerjaan itu sendiri. Kepuasan dalam aspek pekerjaan memberikan sumbangan kepada kepuasan komunikasi.

Kepuasan dengan ketepatan informasi. Faktor ini mencakup tentang tingkat kepuasan dengan informasi, kebijaksanaan, teknik-teknik baru, perubahan administratif dan staf. Kelihatannya kepuasan dengan ketepatan informasi yang diterima penting bagi konsep komunikasi organisasi.

Kepuasan dengan kemampuan seseorang yang menyarankan penyempurnaan. Faktor ini mencakup hal-hal sebagai tempat di mana komunikasi seharusnya disempurnakan, pemberitahuan mengenai perubahan untuk penyempurnaan dan strategi khusus yang digunakan dalam membuat perubahan. Keputusan dengan bermacam-macam perubahan yang dibuat, bagaimana perubahan itu dibuat dan diinformasikan, kelihatannya mempunyai hubungan dengan kepuasan komunikasi organisasi.

Kepuasan dengan efisiensi bermacam-macam saluran komunikasi. Faktor ini mencakup melalui media apa komunikasi disebarluaskan dalam organisasi, mencakup peralatan, bulletin, memo, materi tulisan. Kepuasan komunikasi tampaknya berhubungan dengan pandangan orang mengenai berapa efisiensinya media untuk menyebarkan informasi dalam organisasi.

Kepuasan dengan kualitas media. Yang berhubungan dengan faktor ini berapa baiknya mutu tulisan, nilai informasi yang diterima, keseimbangan informasi yang tersedia dan ketepatan informasi yang akan datang. Penampilan, ketepatan dan tersedianya informasi mempunyai pengaruh kepada kepuasan orang dengan komunikasi dalam organisasi.

Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja. Faktor ini mencakup komunikasi horizontal, informasi dan tingkat kepuasan yang timbul dari diskusi masalah dan mendapatkan informasi dan teman sekerja. Kepuasan dengan komunikasi berhubungan dengan hubungan yang memuaskan dengan teman sekerja.

Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan. Faktor ini mencakup hal-hal keterlibatan hubungan dengan organisasi, dukungan atau bantuan dari organisasi dan informasi dari organisasi. Kelihatan bahwa rasa puas dalam komunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti dipercaya, sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.¹⁵

Kepuasan komunikasi membawa hubungan dengan kepuasan kerja, kepuasan kerja merupakan respons seseorang terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya, seperti teman sekerja, kebijakan, promosi dll. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi lebih ditekankan untuk mendapatkan kepuasan kerja. Pimpinan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya. Dengan melakukan hal-hal yang merupakan tanggung jawab pimpinan seperti di bawah ini berarti pimpinan secara tidak langsung ikut membantu karyawan dalam mencapai kepuasannya:

Semua pimpinan haruslah menetapkan tujuan bagi karyawan-karyawannya.

Semua pimpinan haruslah melatih karyawannya dan membantu mereka menjadi lebih efektif dalam pekerjaannya.

Semua pimpinan haruslah meninjau kemauan karyawannya dalam bentuk hasil dan tujuan yang telah dicapainya dan tidak menghargai aktivitas atau kegagalan mereka tetapi hasil nyata dari tujuan mereka.

Semua pimpinan hendaklah memberikan bimbingan. Jika tidak kelompok terombang-ambing, suasana kerja sama akan berkurang dan karyawan akan bekerja menurut arahnya masing-masing.

Pimpinan hendaklah menggunakan metode baru dalam kelompok dan bidang mereka untuk membuat anggota kelompok terus menereus menjadi lebih efektif.

Semua pimpinan hendaklah membuat perencanaan untuk masa mendatang. Pimpinan harus memproyeksikan kesempatan-kesempatan dan kesulitan-kesulitan serta merencanakan tindakan pengembangan untuk menyelesaikan pokok persoalan yang penting. Pimpinan berhasil hanya bila orang-orang dalam kelompoknya berhasil.

Semua pimpinan harus mengembangkan kemampuan orang-orangnya.

Bila menghargai prestasi karyawan pimpinan hendaklah menggunakan standar sosial dan financial yang mereka tetapkan untuk karyawan.¹⁶

Iklim komunikasi memberi pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Keputusan-keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan dan tentunya dengan iklim komunikasi organisasi yang baik maka akan dapat membantu anggota organisasi merupakan faktor yang sangat penting yang dapat menjembatani antara pengelolaan sumber daya manusia yang menjadi unsur utama dalam organisasi.

SIMPULAN

Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi. Dalam berkomunikasi harus ada keterbukaan, kejujuran, kepercayaan dan empati. Dalam prakteknya, perubahan sikap dan tingkah laku dari proses komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dapat berbentuk terwujudnya suatu sikap yang diharapkan muncul dari diri karyawan, yaitu motivasi kerja yang tinggi.

Kepuasan komunikasi membawa hubungan dengan kepuasan kerja, kepuasan kerja merupakan respons seseorang terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya, seperti teman sekerja, kebijakan, promosi dll. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi lebih ditekankan untuk mendapatkan kepuasan kerja. Pimpinan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya.

Endnotes

- ¹ Pace & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Mulyana (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 41
- ² Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), h. 114
- ³ Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 255
- ⁴ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 32.
- ⁵ Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.8
- ⁶ Efeendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), h.60.
- ⁷ Devito, *op. cit.*, h. 285-296
- ⁸ Saefullah, *Kapita Seleкта Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 58.
- ⁹ Masnuh, *op. cit.*, h. 44.
- ¹⁰ Muhammad, *op. cit.*, h. 85.
- ¹¹ Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga), h.68.
- ¹² Pace & Don F. Faules, *op. cit.*, h. 154.
- ¹³ Muhammad, *op.cit.*, h. 82.
- ¹⁴ Masnuh, *op. cit.*, h. 46.
- ¹⁵ Muhammad, *op. cit.*, h. 88-89
- ¹⁶ Masnuh, *op. cit.*, h.56

DAFTAR PUSTAKA

- R Wayne Pace & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Deddy Mulyana, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2006
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007
- Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Onong Uchyana Efeendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000
- Paul Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga
- Ujang Saefullah, *Kapita Seleкта Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Abdullah Masnuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang: UMM Press, 2008

Paul Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga),

Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007

Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*, Jakarta: Professional Book, 1997