MAKALAH KELOMPOK KERJA DAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Dosen pengampu:

Dra. Hj. Nuraeni Gani MM.

Disusun Oleh

Asriani

90500121113

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penyusun mampu menyelesaikan tugas makalah ini guna memenuhi tugas mata kuliah Manajemen Dan Bisnis.

Komunikasi adalah satu usaha praktek dalam mempersatukan pendapat-pendapat, ide-ide, persamaan pengertian dan persatuan kelompok. Aktifitas komunikasi memiliki ruang lingkup yang sangat luas. Apabila kajian komunikasi dihubungkan dengan organisasi timbul suatu kajian tentang komunikasi organisasi. dan Organisasi merupakan salah konteks penting dalam komunikasi.

Dalam penyusunan tugas atau materi ini, tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Namun penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan materi ini tidak lain berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan orang tua, sehingga kendala- kendala yang penulis hadapi teratasi.

Makalah ini disusun agar pembaca dapat memperluas ilmu tentang Komunikasi Dalam Organisasi, yang kami sajikan berdasarkan pengamatan dari berbagai sumber informasi, referensi, dan berita. Makalah ini di susun oleh penyusun dengan berbagai rintangan. Baik itu yang datang dari diri penyusun maupun yang datang dari luar. Namun dengan penuh kesabaran dan terutama pertolongan dari Allah akhirnya makalah ini dapat terselesaikan.

Semoga makalah ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Bina Sarana Informatika. Kami sadar bahwa makalah ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu, kepada dosen pembimbing kami meminta masukannya demi perbaikan pembuatan makalah kami di masa yang akan datang dan mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca.

Makassar, 16 Desember 2021

Penyusun

Asriani

DAFTAR ISI

COVER MAKALAH	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang	
B. Tujuan Penulisan	
C. Rumusan Masalah	
BAB II	PEMBAHASAN
A. Komunikasi Dalam Organisasi	
1. Pengertian Komunikasi	
2. Proses Komunikasi	
3. Jenis – Jenis Komunikasi	
4. Jaringan Komunikasi	
5. Saluran Komunikasi Dalam Organisasi	
6. Peranan Komunikasi Informal	
7. Hambatan – Hambatan Terhadap Komunikasi Efektif	
8. Peningkatan Efektifitas Komunikasi	
9. Pedoman Komunikasi Yang Baik	
BAB III	PENUTUP
A. Kesimpulan	
B. Saran	
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah manajemen komunikasi adalah relatif baru. Komunikasi itu sendiri bukan merupakan bagian penting dari perbendaharaan kata manajemen sampai akhir tahun 1940-an dan permulaan 1950-an.

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vocal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada ketrampilan- ketrampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara dan lain-lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Komunikasi, sebagai suatu proses dengan mana orang-orang bermaksud memberikan pengertian-pengertian melalui pengiringan berita secara simbolis, dapat menghubungkan para anggota berbagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang yang berbeda pula, sehingga sering disebut rantai pertukaran informasi. Konsep ini mempunyai unsur-unsur :

- 1). Suatu kegiatan untuk membuat seseorang mengerti
- 2). Suatu sarana pengaliran informasi
- 3). Suatu sistem bagi terjalinnya komunikasi diantara individu-individu.

B. Tujuan Penulisan

Penulisan makalah ini bermaksud untuk memenuhi tugas mata kuliah Dasar Manajemen dan Bisnis, dan untuk menambah wawasan para pembaca tentang Komunikasi dalam Organisasi serta permasalahan yang di hadapi. Semoga Bermanfaat.

C. Rumusan Masalah

1. Apa itu pengertian komunikasi ?
2. Bagaimana proses komunikasi itu ?
3. Apa saja jenis – jenis komunikasi ?
4. Apa saja jaringan – jaringan komunikasi ?
5. Apa saja saluran komunikasi dalam organisasi ?
6. Bagaimana peranan komunikasi informal ?
7. Hambatan-hambatan apa saja yang terjadi pada komunikasi efektif ?
8. Bagaimana peningkatan efektifitas dalam komunikasi ?
9. Apa saja pedoman komunikasi yang baik ?

BAB II PEMBAHASAN

A. KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Manajemen sering mempunyai masalah tidak efektifnya komunikasi. Padahal komunikasi yang efektif adalah penting bagi para manajer, paling tidak untuk dua alasan. Pertama, komunikasi adalah proses melalui mana fungsi-fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dapat dicapai. Kedua, komunikasi adalah kegiatan untuk mana para manajer mencurahkan sebagian besar proporsi waktu mereka.

Proses komunikasi memungkinkan manajer untuk melaksanakan tugas-tugas mereka. Informasi harus dikomunikasikan kepada para manajer agar mereka mempunyai dasar perencanaan, rencana-rencana harus dikomunikasikan kepada pihak lain agar dilaksanakan. Pengorganisasian memerlukan komunikasi dengan bawahan tentang penugasan jabatan mereka. Pengarahan mengharuskan manajer untuk berkomunikasi dengan bawahannya agar tujuan kelompok dapat dicapai. Komunika tertulis dan lisan adalah bagian esensi pengawasan. Jadi, manajer dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen mereka hanya melalui interaksi dan komunikasi dengan pihak lain.

1. PENGERTIAN KOMUNIKASI

Komunikasi adalah satu usaha praktek dalam mempersatukan pendapat-pendapat, ide-ide, persamaan pengertian dan persatuan kelompok.

Aktifitas komunikasi memiliki ruang lingkup yang sangat luas. Apabila kajian komunikasi dihubungkan dengan organisasi timbul suatu kajian tentang komunikasi organisasi. Organisasi merupakan salah konteks penting dalam komunikasi.

Komunikasi dalam organisasi sangat penting karena dengan adanya komunikasi maka seseorang bisa berhubungan dengan orang lain dan saling bertukar pikiran yang bisa menambah wawasan seseorang dalam bekerja atau menjalani kehidupan sehari-hari. Maka untuk membina hubungan kerja antar pegawai maupun antar atasan bawahan perlulah membicarakan komunikasi secara lebih terperinci.

Dalam menyalurkan solusi dan ide melalui komunikasi harus ada si pengirim berita (sender) maupun si penerima berita (receiver). Solusi-solusi yang diberikan pun tidak diambil seenaknya saja, tetapi ada penyaringan dan seleksi, manakah solusi yang terbaik yang akan diambil, dan yang akan dilaksanakan oleh organisasi tersebut agar mencapai tujuan, serta visi, misi suatu organisasi.

2. PROSES KOMUNIKASI

Model proses komunikasi yang lebih terperinci, dengan unsur-unsur penting yang terlihat dalam komunikasi antara dan diantara para anggota organisasi, yaitu sebagai berikut :

1) Sumber (source).

Sumber atau pengirim berita memainkan langkah pertama dalam proses komunikasi. Sumber mengendalikan macam berita yang dikirim, susunan yang digunakan, dan sering saluran melalui berita yang dikirimkan. Dalam organisasi, sumber merupakan pihak yang mempunyai kebutuhan dan keinginan untuk mengkomunikasikan sesuatu gagasan, pemikiran, informasi, dan sebagainya, kepada pihak lain.

2) Pengubahan berita ke dalam sandi/kode (encoding).

Langkah kedua ini – encoding the message – mengubah berita ke dalam berbagai bentuk symbol – symbol verbal atau nonverbal yang mampu memindahkan pengertian, seperti kata-kata percakapan atau tulisan, angka, gerakan, ataupun kegiatan.

3) Pengiriman berita (transmitting the message).

Langkah ketiga mencerminkan pilihan komunikator terhadap media atau “saluran distribusi”. Komunikasi lisan mungkin disampaikan melalui berbagai saluran seperti telephone, mesin, pendikte, orang atau videotape. Hal ini mungkin dilakukan secara pribadi atau dalam pertemuan kelompok dengan banyak orang. Dalam kenyataannya, salah satu keputusan penting yang harus dibuat pengirim adalah dalam penentuan saluran yang tepat atau sesuai bagi pengiriman berita tertentu.

4) Penerimaan berita.

Langkah keempat adalah penerimaan berita oleh pihak penerima. Pada dasarnya, orang-orang menerima berita melalui kelima pancaindra mereka yaitu penglihatan, pendengaran, pengecap, perabaan, dan penciuman. Pengiriman berita belum lengkap atau tidak terjadi bila suatu pihak belum menerima berita. Banyak komunikasi penting gagal karena seseorang tidak pernah menerima berita.

5) Pengertian atau penterjemahan kembali berita (decoding).

Langkah kelima proses komunikasi adalah decoding. Hal ini menyangkut pengartian symbol-simbol oleh penerima. Proses ini dipengaruhi oleh latar belakang, kebudayaan, pendidikan, lingkungan, praduga, dan gangguan di sekitarnya. Selalu ada kemungkinan bahwa berita dari sumber, ketika diartikan oleh penerima, akan menghasilkan pengertian yang jauh berbeda dengan yang dimaksud oleh pengirim. Jadi penerima mempunyai tanggung jawab besar untuk efektifitas komunikasi, dalam hal komunikasi dua arah.

6) Umpan balik (feedback).

Setelah berita diterima dan diterjemahkan, penerima mungkin menyampaikan berita balasan yang ditujukan kepada pengirim mula-mula atau orang lain. Jadi, komunikasi adalah proses yang berkesinambungan dan tak pernah berakhir. Seseorang berkomunikasi, penerima menanggapiinya melalui komunikasi selanjutnya dengan pengirim atau orang lain, dan seterusnya. Tanggapan ini disebut umpan balik.

3. JENIS-JENIS KOMUNIKASI

Bila sasaran komunikasi dapat diterapkan dalam suatu organisasi baik organisasi pemerintah, organisasi kemasyarakatan, maupun organisasi perusahaan, maka sasaran yang dituju pun akan beraneka ragam, tapi tujuan utamanya tentulah untuk mempersatukan individu-individu yang tergabung dalam organisasi tersebut. Berdasarkan sifat komunikasi dan jumlah komunikasi menurut Onong Uchyana Effendi dalam bukunya yang berjudul "Dimensi- Dimensi Komunikasi" hal. 50, komunikasi dapat digolongkan ke dalam tiga kategori:

1) Komunikasi antar pribadi

Komunikasi ini penerapannya antara pribadi/individu dalam usaha menyampaikan informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kesamaan pengertian, sehingga dengan demikian dapat tercapai keinginan bersama.

2) Komunikasi kelompok

Pada prinsipnya dalam melakukan suatu komunikasi yang ditekankan adalah faktor kelompok, sehingga komunikasi menjadi lebih luas. Dalam usaha menyampaikan informasi, komunikasi dalam kelompok tidak seperti komunikasi antar pribadi.

3) Komunikasi massa

Komunikasi massa dilakukan dengan melalui alat, yaitu media massa yang meliputi cetak dan elektronik.

Dalam melakukan komunikasi organisasi, Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Human Communication menguraikan adanya 3 (tiga) model dalam komunikasi:

a) Model komunikasi linier (one-way communication)

Dalam model ini komunikator memberikan suatu stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Komunikasinya bersifat monolog.

b) Model komunikasi interaksional.

Sebagai kelanjutan dari model yang pertama, pada tahap ini sudah terjadi feedback atau umpan balik. Komunikasi yang berlangsung bersifat dua arah dan ada dialog, di mana setiap partisipan memiliki peran ganda, dalam arti pada satu saat bertindak sebagai komunikator, pada saat yang lain bertindak sebagai komunikan.

c) Model komunikasi transaksional.

Dalam model ini komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan (relationship) antara dua orang atau lebih. Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif. Tidak ada satupun yang tidak dapat dikomunikasikan.

4. JARINGAN KOMUNIKASI

Jaringan Komunikasi dalam Organisasi. Organisasi dapat merancang jaringan atau struktur komunikasi dalam berbagai cara. Jaringan komunikasi mungkin dirancang kaku, seperti bahwa karyawan dilarang berkomunikasi dengan siapapun kecuali atasannya langsung. Jaringan semacam ini biasanya dimaksudkan untuk menghindarkan manajer atas dari informasi berlebihan yang tidak perlu dan menjaga kekuasaan dan statusnya.

Ada 4 (empat) macam jaringan komunikasi, yaitu lingkaran, rantai, bintang, dan huruf Y.

1. Dalam jaringan “lingkaran”, sebagai contoh, B hanya dapat berkomunikasi dengan A dan C. untuk berkomunikasi dengan E, B harus melalui A atau C dan D.

2. Pola “rantai” menunjukkan dua bawahan (A dan E) yang melapor kepada atasan mereka (B dan D), yang selanjutnya oleh B dan D dilaporkan kepada C.

3. Pada jaringan “bintang”, C dapat berkomunikasi langsung dengan A, B, D, dan E, walaupun mereka ini tidak dapat berkomunikasi langsung satu sama lain. Sebagai contoh, empat tenaga penjual (A, B, D, E) melapor ke manajer cabang (C).

4. Jaringan “huruf Y”, bisa terdapat dalam bagian sekretariat dimana surat- surat diterima oleh E, disortir oleh D dan distribusikan oleh C.

Jaringan “huruf Y” dan “bintang” adalah komunikasi terpusat, dengan C pada posisi pusat. Komunikasi yang disentralisasi ini lebih efektif untuk menyelesaikan masalah-masalah rutin yang tidak kompleks, karena lebih cepat dan akurat.

Tetapi bila masalahnya kompleks, jaringan “lingkaran” dan “rantai” yang di desentralisasi, akan lebih cepat dan akurat penyelesaiannya. Kepuasan anggota kelompok juga cenderung lebih tinggi dalam jaringan-jaringan yang disentralisasi.

5. SALURAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi organisasi dapat diperoleh dengan mempelajari arah-arah dasar gerakannya yang tampak dengan terbentuknya saluran-saluran komunikasi. Saluran-saluran komunikasi formal ditentukan oleh struktur organisasi atau ditunjukkan oleh berbagai sarana formal lainnya. Tipe saluran-saluran dasar komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal terdiri atas komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah sesuai rantai perintah. Komunikasi ke bawah (downward communication) dimulai dari manajemen puncak kemudian ke bawah melalui tingkatan-tingkatan manajemen sampai ke karyawan lini dan personalia paling bawah.

Fungsi utama komunikasi ke atas (upward communication) adalah untuk mensuplai informasi kepada tingkatan manajemen atas tentang apa yang terjadi pada tingkatan bawah. Tipe komunikasi ini mencakup laporan-laporan periodik, penjelasan, gagasan, dan permintaan untuk diberikan keputusan. Hal ini dapat dipandang sebagai data atau informasi umpan balik bagi manajemen atas.

Bentuk-bentuk komunikasi seperti kebijaksanaan “pintu terbuka”, sistem komunikasi informal, survey sikap, dewan manajemen karyawan, atau sistem inspektur jenderal dirancang untuk memudahkan komunikasi ke atas ke manajemen puncak.

2. Komunikasi Lateral atau Horizontal

Komunikasi lateral atau horizontal meliputi hal-hal berikut ini :

- a. Komunikasi di antara para anggota dalam kelompok kerja yang sama.
- b. Komunikasi yang terjadi antara dan di antara departemen- departemen pada tingkatan organisasi yang sama.

Bentuk komunikasi ini pada dasarnya bersifat koordinatif, dan merupakan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Sehingga komunikasi ini dirancang guna mempermudah koordinasi dan penanganan masalah. Komunikasi lateral, selain membantu koordinasi kegiatan-kegiatan lateral, juga menghindarkan prosedur pemecahan masalah yang lambat.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang memotong secara menyilang diagonal rantai perintah organisasi. Hal ini sering terjadi sebagai hasil hubungan-hubungan departemen lini dan staf. Seperti telah dibahas bahwa hubungan-hubungan yang ada antara personalia lini dan staf dapat berbeda-beda, yang akan membentuk beberapa komunikasi diagonal yang berbeda-beda pula.

6. PERANAN KOMUNIKASI INFORMAL

Pembahasan aliran-aliran komunikasi diatas adalah berkenaan dengan yang disebut komunikasi "formal", sebagai saluran penyampaian berita yang dirancang manajer organisasi untuk memudahkan hubungan pekerjaan. Komunikasi informal, bagaimanapun juga, adalah juga bagian penting aliran komunikasi organisasi. Bentuk komunikasi ini timbul dengan berbagai maksud, yang meliputi antara lain :

- 1) Pemuasan kebutuhan-kebutuhan manusiawi, seperti kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain.
- 2) Perlawanan terhadap pengaruh-pengaruh yang monoton atau membosankan.
- 3) Pemenuhan keinginan untuk mempengaruhi perilaku orang lain.
- 4) Pelayanan sebagai sumber informasi hubungan pekerjaan yang tidak disediakan saluran-saluran komunikasi formal.

Tipe komunikasi informal yang paling terkenal adalah "grapevine" (mendengar sesuatu bukan dari sumber resmi, tetapi dari desas-desus, kabar angin atau "slenting"). Sistem komunikasi "grapevine" cenderung dianggap merusak atau merugikan, karena tidak jarang terjadi penyebaran informasi yang tidak tepat, tidak lengkap, dan menyimpang.

Di lain pihak, komunikasi "grapevine" mempunyai peranan fungsional sebagai alat komunikasi tambahan bagi organisasi. Banyak penelitian yang membuktikan bahwa komunikasi "grapevine" lebih cepat, lebih akurat dan lebih efektif dalam menyalurkan informasi. Manajer dapat menggunakan komunikasi ini dengan informasi yang sengaja "dibocorkan".

Manajer harus menyadari bahwa komunikasi informal dan terutama "grapevine" tidak dapat dihilangkan. Bahkan, sebagai pelengkap komunikasi

formal. Peran yang salah di komunikasi ini dapat diminimalkan dengan merancang saluran komunikasi formal yang baik, dan menyebarkan informasi dengan cepat dan tepat.

7. HAMBATAN – HAMBATAN TERHADAP KOMUNIKASI EFEKTIF

Komunikasi adalah vital, tetapi komunikasi sering tidak efektif

dengan

adanya kekuatan-kekuatan dari luar yang menghambatnya. Berikut ini akan dibahas hambatan-hambatan terhadap komunikasi yang efektif tersebut, dengan dikelompokkannya sebagai :

1) Hambatan – Hambatan

Organisasional Ada tiga hambatan

organisasional, yaitu :

a) Tingkatan Hirarki

Bila suatu organisasi tumbuh, strukturnya berkembang, akan menimbulkan berbagai masalah komunikasi. Karena berita harus melalui tingkatan (jenjang) tambahan, yang memerlukan waktu yang lebih lama untuk mencapai tempat tujuan dan cenderung menjadi berkurang ketepatannya. Berita yang mengalir ke atas atau ke bawah tingkatan-tingkatan organisasi akan melalui beberapa “filter”, dengan persepsi, motif, kebutuhan dan hubungan sendiri. Setiap tingkatan dalam rantai komunikasi dapat menambah, mengurangi, merubah atau sama sekali berbeda dengan berita aslinya.

b) Wewenang Manajerial

Tanpa wewenang untuk membuat keputusan tidak mungkin manajer dapat mencapai tujuan dengan efektif. Tetapi dilain pihak, pada kenyataannya bahwa seseorang yang mengendalikan orang lain juga menimbulkan hambatan-hambatan terhadap komunikasi. Banyak atasan merasa bahwa mereka tidak dapat sepenuhnya menerima berbagai masalah , kondisi, atau hasil yang dapat membuat mereka tampak lemah. Sebaliknya, banyak bawahan menghindari situasi dimana mereka harus mengungkapkan informasi yang dapat membuat mereka dalam kedudukan yang tidak menguntungkan. Sebagai hasilnya ada kesenjangan “leveling” antara atasan dan bawahan.

c) Spesialisasi

Meskipun spesialisasi adalah prinsip dasar organisasi, tetapi juga menciptakan masalah-masalah komunikasi, dimana hal ini cenderung memisahkan orang-orang, bahkan bila mereka bekerja saling berdekatan. Perbedaan fungsi, kepentingan dan istilah-istilah pekerjaan dapat membuat orang-orang merasa bahwa mereka hidup dalam dunia yang berbeda. Akibatnya dapat menghalangi perasaan memasyrakat, membuat sulit memahami, dan mendorong terjadinya kesalahan-kesalahan.

2) Hambatan – Hambatan Antar Pribadi

Manajer masih akan menghadapi kemungkinan bahwa berita-berita yang mereka kirim akan berubah atau menyimpang, bahkan bila hambatan- hambatan komunikasi operasional tidak ada. Banyak kesalahan komunikasi disebabkan bukan oleh faktor-faktor organisasi, tetapi oleh masalah-masalah ketidak sempurnaan manusia dan bahasa. Manajer perlu memperhatikan hambatab-hambatan antar pribadi seperti :

a) Persepsi Selektif

Persepsi adalah suatu proses menyeluruh dengan mana seseorang menseleksi, mengorganisasika, dan mengartikan segala sesuatu di lingkungannya. Segera setelah seseorang menerima sesuatu, akan mengorganisasikan menjadi berbagai tipe informasi yang berarti. Dalam hal ini pengalaman mengajarkan seseorang dengan reaksi tertentu, bila seseorang mendengar suara kereta api, maka dia akan mengharapkan akan melihat kereta api.

Manajer perlu memperhatikan tiga aspek berikut sehubungan dengan persepsi selektif :

- 1) Penerima akan menginterpretasikan berita berdasarkan pengalaman diri dan bagaimana mereka telah “belajar” untuk menanggapi sesuatu.
- 2) Penerima akan menginterpretasikan berita dengan cara menolak setiap perubahan dalam struktur kepribadian yang kuat. Berita yang bertentangan dengan keyakinan seseorang cenderung untuk ditolak.
- 3) Penerima akan cenderung mengelompokkan dan menyimpan karakteristik-karakteristik pengalaman mereka sehingga mereka dapat membuat pola-pola mnyeluruh.

Pelajaran bagi manajer untuk memahami sebanyak mungkin tentang kerangka kesukaan, kebutuhan, motif, tujuan, tingkat bahasan, dan stereotip (proses penyusunan berita menjadi seperti sesuatu yang diharapkan) dari penerima, agar dapat mengkomunikasikan pengertian secara efektif.

b) Status atau Kedudukan Komunikator

Hambatan utama komunikasi lainnya adalah kecenderungan untuk menilai, mempertimbangkan dan membentuk pendapat atas dasar karakteristik-karakteristik pengirim (sumber), terutama kredibilitas-nya. Kredibilitas didasarkan "keahlian" seseorang dalam bidang yang sedang dikomunikasikan dan tingkat kepercayaan seseorang bahwa orang tersebut akan mengkomunikasikan kebenaran.

Manajer harus dipandang bawahan mereka sebagai orang yang terpercaya dan dapat dipercaya. Kalau tidak, usaha untuk memotivasi, mempengaruhi dan mengarahkan kegiatan-kegiatan bawahan akan sangat terhambat dari permulaan.

c) Keadaan Membela Diri

Perasaan pembelaan diri pada pengirim, penerima berita atau keduanya juga menimbulkan hambatan-hambatan komunikasi. Keadaan membela diri seseorang mengakibatkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan pembicaraan tertentu, dan sebaliknya meningkatkan tingkat pembelaan di pihak lain. Jadi, akan timbul reaksi rantai defensive. Keadaan ini membuat pendengar lebih berkonsentrasi pada apa yang akan dikatakan dan bukan pada apa yang sedang didengar. Sebagai contoh, bila seseorang karyawan terancam akan kehilangan kedudukannya, maka dapat kehilangan kemampuan untuk mengartikan berita secara tepat dengan memberi reaksi defensive atau agresif.

d) Pendengaran Lemah

Manajer perlu belajar untuk mendengar secara efektif agar mampu mengatasi hambatan ini. Berbagai kebiasaan sehubungan dengan pendengaran lemah meliputi :

- 1) Mendengar hanya permukaannya saja, dengan sedikit perhatian pada apa yang sedang dikatakan.
- 2) Memberikan pengaruh, melalui baik perkataan atau tanda-tanda (seperti melihat jam, memandang langit, menunjukkan kegelisahan)
- 3) Menunjukkan tanda-tanda kejengkelan atau kebosanan terhadap bahan pembicaraan
- 4) Mendengar dengan tidak aktif.

e) Ketidak tepatan Penggunaan Bahasa

Salah satu kesalahan terbesar yang dibuat dalam komunikasi adalah anggapan bahwa pengertian terletak dalam “kata-kata” yang digunakan. Sebagai contoh, perintah manajer untuk mengerjakan “secepat mungkin” bisa berarti satu jam, satu hari atau satu minggu. Di samping itu, bahasa-bahasa “non-verbal” yang tidak konsisten, seperti nada suara, ekspresi wajah, dan sebagainya dapat menghambat komunikasi.

8. PENINGKATAN EFEKTIFITAS KOMUNIKASI

Teknik-teknik ini pada dasarnya adalah cara-cara untuk mengatasi kesulitan-kesulitan yang disajikan sebelumnya.

1) Kesadaran Akan Kebutuhan Komunikasi Efektif

Karena berbagai hambatan organisasional dan antar pribadi, komunikasi efektif tidak dapat dibiarkan terjadi begitu saja. Manajer harus memainkan peranan penting dalam proses komunikasi, dimana hanya dengan cara itu kemudian dapat diambil langkah-langkah untuk meningkatkan efektifitas komunikasi.

Pentingnya komunikasi menyebabkan banyak perusahaan besar menggunakan para “ahli komunikasi”. Para spesialis komunikasi ini membantu perbaikan komunikasi dengan bantuannya kepada para penyelia memecahkan masalah-masalah komunikasi internal; penentuan strategi komunikasi perusahaan sehubungan dengan “layoffs”, penutupan pabrik atau relokasi, dan terminasi; serta pengukuran kualitas kegiatan-kegiatan komunikasi , melalui interview (wawancara) atau survey.

2) Penggunaan Umpan – Balik

Peralatan penting pengembangan komunikasi lainnya adalah penggunaan umpan balik berita-berita yang dikirim. Komunikasi dua arah ini memungkinkan proses komunikasi berjalan lebih efektif. Manajer dapat menciptakan lingkungan yang mendorong umpan balik, dan mendapatkan umpan balik melalui kegiatan mereka sendiri.

Cara manajer berkomunikasi dengan para bawahannya dapat menentukan jumlah umpan balik yang akan mereka terima. Di samping itu, tipe komunikasi yang digunakan dan lingkungan komunikasi penting dalam penentuan umpan balik macam apa yang akan didapatkannya. Dalam hal ini manajer perlu memainkan peranan aktif dalam pengadaan umpan balik tersebut. Sebagai contoh, setelah memberikan penugasan suatu pekerjaan

manajer dapat bertanya, “ Apakah saudara mengerti?” atau “Apakah saudara mempunyai pertanyaan?” atau “Apakah ada yang belum saya jelaskan?”. Tetapi pertanyaan-pertanyaan itu tidak mendorong timbulnya jawaban- jawaban, sehingga pendekatan yang lebih langsung dapat dilakukan dengan mengatakan : “Pekerjaan ini adalah penting; sebab itu pahami benar setiap langkah, laporkan kepada saya apa yang akan saudara lakukan”.

Di lain pihak, para manajer perlu secara aktif mencari umpan balik. Manajemen partisipatif dan komunikasi tatap muka merupakan cara-cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektifitas komunikasi melalui penggunaan umpan balik.

3) Menjadi Komunikator yang Lebih Efektif

Teknik-teknik komunikasi yang jelek mengganggu banyak manajer, seperti halnya mengganggu hubungan mereka dengan para bawahannya di luar pekerjaan. Oleh karena itu, latihan-latihan dalam penulisan dan penyampaian berita secara lisan perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman akan simbol-simbol, penggunaan bahasa, pengutaraan yang tepat dan kepekaan terhadap latar belakang penerima berita.

Salah satu peralatan yang digunakan secara efektif oleh para psikolog, pembimbing, dan orang-orang yang profesinya memerlukan pemahaman yang mendalam tentang klien mereka, yaitu active listening, dapat dipergunakan untuk mengembangkan dimensi baru keterampilan manajemen para manajer. Prinsip dasar peralatan ini adalah penggunaan reflective statements (pernyataan balik) oleh pendengar. Bagaimanapun juga, posisi kunci para manajer dalam proses komunikasi, membuat kebutuhan mendesak bagi pengembangan diri untuk menjadi komunikator yang lebih efektif.

9. PEDOMAN KOMUNIKASI YANG BAIK

American Management Associations (AMA) telah menyusun sejumlah prinsip-prinsip komunikasi yang disebut “The Ten Commandments of Good Communication” (sepuluh pedoman komunikasi yang baik). Pedoman-pedoman ini disusun untuk meningkatkan efektifitas komunikasi organisasi, yang secara ringkas adalah sebagai berikut :

1. Cari kejelasan gagasan-gagasan terlebih dahulu sebelum dikomunikasikan.
2. Teliti tujuan sebenarnya setiap komunikasi.
3. Pertimbangkan keadaan fisik dan manusia keseluruhan kapan saja komunikasi akan dilakukan.
4. Konsultasikan dengan pihak-pihak lain, bila perlu dalam perencanaan komunikasi.

5. Perhatikan tekanan nada dan ekspresi lainnya sesuai isi dasar berita selama berkomunikasi.
6. Ambil kesempatan, bila timbul, untuk mendapatkan segala sesuatu yang membantu atau umpan balik.
7. Ikuti lebih lanjut komunikasi yang telah dilakukan.
8. Perhatikan konsistensi komunikasi.
9. Tindakan atau perbuatan harus mendorong komunikasi.
10. Jadilah pendengar yang baik, berkomunikasi tidak hanya untuk dimengerti tetapi untuk mengeti.

Prinsip-prinsip komunikasi AMA ini memberikan kepada para manajer pedoman untuk meningkatkan efektifitas komunikasi.

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

Manajemen sering mempunyai masalah tidak efektifnya komunikasi. Padahal komunikasi yang efektif adalah penting bagi para manajer, paling tidak untuk dua alasan. Pertama, komunikasi adalah proses melalui mana fungsi-fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dapat dicapai. Kedua, komunikasi adalah kegiatan untuk mana para manajer mencurahkan sebagian besar proporsi waktu mereka.

Komunikasi adalah satu usaha praktek dalam mempersatukan pendapat-pendapat, ide-ide, persamaan pengertian dan persatuan kelompok. Aktivitas komunikasi memiliki ruang lingkup yang sangat luas. Apabila kajian komunikasi dihubungkan dengan organisasi timbul suatu kajian tentang komunikasi organisasi. Organisasi merupakan salah konteks penting dalam komunikasi.

Model dari Proses Komunikasi yaitu Antar Pribadi menunjukkan 3 (tiga) unsur esensi komunikasi yaitu Pengirim, Berita, dan Penerima. Bila salah satu hilang, komunikasi tidak dapat berlangsung. Sebagai contoh, seseorang dapat mengirimkan berita, tetapi bila tidak ada yang menerima atau mendengar, komunikasi tidak terjadi.

Proses komunikasi memungkinkan manajer untuk melaksanakan tugas-tugas mereka. Informasi harus dikomunikasikan kepada para manajer agar mereka mempunyai dasar perencanaan, rencana-rencana harus dikomunikasikan kepada pihak lain agar dilaksanakan. Pengorganisasian memerlukan komunikasi dengan bawahan tentang penugasan jabatan mereka. Pengarahan mengharuskan manajer untuk berkomunikasi dengan bawahannya agar tujuan kelompok dapat dicapai. Komunika tertulis dan lisan adalah bagian esensi pengawasan. Jadi, manajer dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen mereka hanya melalui interaksi dan komunikasi dengan pihak lain.

B. Saran

Menyadari bahwa penulis masih jauh dari kata sempurna, kedepannya penulis akan lebih fokus dan details dalam menjelaskan tentang makalah di atas dengan sumber - sumber yang lebih banyak yang tentunya dapat di pertanggung jawabkan.

DAFTAR PUSTAKA

Desrihandayani, 2014, Makalah Komunikasi Dalam Organisasi, [online], (<http://desrihandayani.blogspot.com/2014/04/makalah-komunikasi-dalam-organisasi.html>, diakses tanggal 23 Juni 2015)

Rekzapandega, 2013, Makalah Komunikasi Dalam Organisasi, [online], (<http://rekzapandega14.blogspot.com/2013/11/makalah-komunikasi-dalam-organisasi.html>, diakses tanggal 23 Juni 2015)

Kajianpustaka, 2013, Pengertian dan Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi, [online], (<http://www.kajianpustaka.com/2013/09/pengertian-dan-fungsi-komunikasi-dalam.html>, diakses tanggal 23 Juni 2015)

Beruangkaki5, 2012, Komunikasi Dalam Organisasi, [online], (<http://beruangkaki5.blogspot.com/2012/06/komunikasi-dalam-organisasi.html>, diakses tanggal 23 Juni 2015)