

Doi:

Website: <https://jurnalpelitanegribelantaraya.com/index.php/jupik>

Naskah Masuk	Direvis	Diterbitkan
23-11-2024	04-02-2025	01-06-2025

STRATEGI DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI

Mahdayeni

Universitas Islam Batang Hari

Laangelina99@gmail.com

Albatwi Ahmat Baidowi

Universitas Islam Batang Hari

rasidusidu2@gmail.com

Zul Rahman

Universitas Islam Batang Hari

zulr6939@gmail.com

Ayu Mawarni

Universitas Islam Batang Hari

ayumawarniasriyanti@gmail.com

Bunga Fanesa

Universitas Islam Batang Hari

bungamuarabulian7@gmail.com

ABSTRACT

Strategy in organizational communication plays an important role in creating effective relationships between individuals, teams, and various parts of an organization. It often happens that in an institution or organization, problems pile up and result in the badness of an agency due to poor communication, lack of transparency also causes unclear vision and mission in an agency. Clear, open and structured communication can improve organizational performance, strengthen internal relationships and streamline the decision-making process. This research examines various communication strategies implemented by organizations to achieve common goals. In addition, informal communication is often an effective means of accelerating the flow of information and strengthening organizational culture. In organizational communication, it is important to pay attention to cultural factors and social context so that the message conveyed can be well received by various parties in the organization.

Keywords: *Strategy, Communication, Organization*

ABSTRAK

Strategi dalam komunikasi organisasi memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan yang efektif antara individu, tim, dan berbagai bagian dalam sebuah organisasi. Sering terjadi dalam sebuah lembaga atau organisasi permasalahan yang menumpuk dan mengakibatkan buruknya sebuah instansi dikarenakan komunikasi yang tidak baik, ketidaktransparansian juga menyebabkan ketidakjelasan visi dan misi dalam sebuah instansi tersebut. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan terstruktur dapat meningkatkan kinerja organisasi, memperkuat hubungan internal, serta memperlancar proses pengambilan keputusan. Penelitian ini mengkaji berbagai strategi komunikasi yang diterapkan oleh organisasi untuk mencapai tujuan Bersama. Selain itu, komunikasi informal seringkali menjadi sarana

yang efektif dalam mempercepat aliran informasi dan memperkuat budaya organisasi. Dalam komunikasi organisasi penting untuk memperhatikan faktor budaya dan konteks sosial agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh berbagai pihak dalam organisasi.

Kata kunci : *Strategi, Komunikasi, Organisasi*

Pendahuluan

Organisasi pada dasarnya adalah wadah atau tempat berkumpulnya sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama dan secara sistematis menjalankan peran, tugas, fungsi, wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing. Ketika aktivitas organisasi dilakukan, terjadi interaksi antar individu dalam organisasi yang dapat menimbulkan konflik.¹ Hampir selalu ada konflik dalam kehidupan, bahkan di dalam sebuah organisasi. Konflik adalah pergulatan antar kebutuhan. Keinginan. Ide; Kepentingan individu berbeda karena adanya perbedaan tujuan, nilai, pemikiran, perasaan, dan perilaku.² Konflik muncul karena adanya tujuan yang sama, latar belakang yang beragam, perasaan sensitif, pendapat yang tidak sama, serta salah pengertian.³

Dalam sebuah organisasi sangat penting untuk mengetahui dan menguasai komunikasi guna sebagai salah satu penunjang ketercapaian tujuan organisasi. Menurut Kats dan Kahn, komunikasi organisasi merupakan aliran dan pertukaran informasi serta pemindahan arti dalam organisasi.⁴ Seorang pimpinan mutlak memiliki kemampuan komunikasi yang efektif. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai keinginan mereka yang menjalin komunikasi.⁵

Strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang. Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pemimpin atau eksekutif.

¹ Fifi Hasmawati and Alias Alias, "Strategi Komunikasi Dalam Manajemen Pengembangan Organisasi," *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 42–50, <https://doi.org/10.19109/yonetim.v5i2.15204>.

² Suryani, N.K., & Yoga G.A.D.M. (2018). Konflik dan Stres Kerja dalam Organisasi. *Jurnal Widya Manajemen*, 1(1).

³ Putri Mulianda Hasibuan and Yusuf Hadijaya, "Implementasi Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Guru," *Journal of Education Research* 5, no. 3 (2024): 2802–9, <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1284>.

⁴ Muhammad, A. (2002). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.

⁵ Eko Harry Susanto, *Komunikasi Dan Gerakan Perubahan: Kemajemukan Dalam Konstelasi Sosial, Ekonomi, Politik*, 2016.

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari kata Latin “*communicare*” yang berarti “berkomunikasi”. Arti penting komunikasi dapat dipahami sebagai penyampaian informasi, seperti pesan, gagasan, dan gagasan, dari satu pihak ke pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi merupakan sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan maupun pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang ada. Tindakan ini dilakukan dalam banyak konteks, yaitu dalam konteks antarpribadi, kelompok, massa serta dalam lingkungan organisasi. Komunikasi yang terjalin baik merupakan faktor penunjang untuk pencapaian suatu tujuan⁶.

Dalam buku Erni Rernawan (2011: 15), pengertian organisasi menurut Mathis and Jackson menjadi berikut: “Organisasi adalah suatu kesatuan sosial menurut sekelompok insan saling berinteraksi dari suatu pola eksklusif sebagai akibatnya setiap anggota organisasi mempunyai fungsi & tugasnya masing-masing, menjadi suatu kesatuan mempunyai tujuan eksklusif & memiliki batas-batas jelas, sebagai akibatnya mampu dipisahkan”. Louis A. Allen: “Organisasi menjadi proses penentuan & pengelompokan pekerjaan akan dikerjakan, memutuskan & melimpahkan kewenangan & tanggung jawab menggunakan maksud buat memungkinkan orang-orang bekerja sama secara efektif pada mencapai tujuan”⁷

Prinsip komunikasi efektif mencakup *REACH*, atau rasa hormat, empati, audibilitas, kejelasan, dan kerendahan hati. Rasa hormat (apresiasi) terjadi ketika komunikasi tumbuh dari rasa saling menghormati dan menghormati, yang dapat menghasilkan kolaborasi dan meningkatkan efektivitas kinerja individu dan kelompok. Empati adalah ketika ada kemampuan untuk mendengarkan atau memahami orang lain, sehingga mereka juga mendengarkan dan memahami pemimpinnya serta membangun keterbukaan dan kepercayaan satu sama lain.⁸

Metode

Artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif (*library research*) atau study kepustakaan. Penelitian kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan. Alasan menggunakan library research karena peneliti membutuhkan data-data dari berbagai sumber literatur baik berupa buku, jurnal penelitian terdahulu sebagai sumber data penelitian guna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.⁹ Proses pengumpulan data penelitian dilakukan dengan membaca buku-buku, jurnal ilmiah, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan serta sumber-sumber lainnya.

⁶ Dita Puspitasari and Bayu Putra Danaya, “Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi: Lisan, Non Verbal, Dan Tertulis (Literature Review Manajemen),” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 3 (2022): 257–68, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>.

⁷ Effendhie, M. (2011). Pengantar Organisasi. Organisasi Tata Laksana Dan Lembaga Kearsipan, 1–90. <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/ASIP420902-M1.pdf>

⁸ Somad, R., & Priansa, D.J. (2014). Manajemen Komunikasi. Remaja Rosdakarya.

⁹ Difana Leli Anggraini, dkk. Inovasi Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran di Era Digital. <https://jurnalpelitanegribelantaraya.com/index.php/JPMP/article/view/10/6>

Hasil dan Pembahasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kebijakan Komunikasi Yang Efektif Dalam Organisasi

Komunikasi akan efektif dalam arti meraih tujuan-tujuan yang diharapkan jika pesan-pesan komunikasi mampu menyesuaikan kebutuhan-kebutuhan dan kebiasaan khalayak. Oleh karena itu, mengetahui perilaku komunikasi menjadi sangat penting agar komunikasi dapat meraih tujuan yang diharapkan.¹⁰

Hasil wawancara dengan narasumber didapatkan informasi terkait prinsip komunikasi efektif, yaitu meliputi Reach (*Respect, Emphaty, Audible, Clarity, Humble*), yang diterapkan pimpinan.¹¹ Prinsip pertama adalah *Respect*. Pimpinan sangat terbuka dan menghargai segala saran, masukan, kritik, dan juga mendengarkan keluhan, cerita, serta permasalahan/konflik yang disampaikan timnya, namun tetap disaring kembali, apabila saran memiliki resiko tertentu akan dipilih jalur aman untuk tidak menyetujui saran sehingga tidak terjadi konflik karena menurut pimpinan konflik jangan diciptakan. Pimpinan menjalankan komunikasi dua arah dan tidak segan menyampaikan masalah yang dialami demi mendapatkan saran. Anggota tim diberikan kesempatan sebebaskan untuk menyampaikan kendala sekecil apapun dalam pekerjaan.

Prinsip kedua adalah *Emphaty*. Pimpinan memiliki rasa empati yang baik. Komunikasi yang dilakukan kepada timnya menggunakan pendekatan yang berbeda sesuai karakter masing-masing. Hal ini terlihat dari bagaimana pimpinan hati-hati dalam memilih bahasa ketika berkomunikasi, misalnya untuk menyatakan ketidaksetujuan, ia menggunakan bahasa yang tidak menyinggung.

Prinsip ketiga adalah *Audible*. Informasi dan arahan yang disampaikan pimpinan cukup jelas dan bisa dipahami. Namun, dalam hal penyampaian informasi atau arahan dari organisasi/pimpinan atas yang disampaikan kepada tim terkadang masih dirasakan kurang jelas, karena tidak memberikan solusi atas arahan tersebut, sehingga mereka mencari sendiri solusinya.

Prinsip keempat adalah *Clarity*. Pembahasan pekerjaan dan penyampaian informasi-informasi penting lainnya secara rutin dilaksanakan seminggu atau dua minggu sekali melalui Zoom Meeting.

Prinsip kelima adalah *Humble*. Pimpinan sangat terbuka dan mendengarkan segala saran/masukan dari anggota tim selama saran tersebut masuk akal. Namun jika saran tersebut memiliki resiko tertentu, pimpinan memilih jalur aman untuk tidak menyetujui saran agar tidak

¹⁰ Puji Rianto, Subhan Afifi, and Puji Hariyanti, "Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 Dan Implikasinya Pada Strategi Komunikasi," *Komunika* 10, no. 1 (2023): 28–38, <https://doi.org/10.22236/komunika.v10i1.10216>.

¹¹ Eti Sri Nurhayati et al., "Komunikasi Efektif Pimpinan Dalam Mengatasi Konflik Organisasi," *Metacommunication; Journal of Communication Studies* 7, no. 1 (2022): 84, <https://doi.org/10.20527/mc.v7i1.11558>.

terjadi konflik. Selain itu, pimpinan juga membangun komunikasi dua arah untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

2. Program Komunikasi Organisasi Pendidikan

Menurut Marsetio Dono sepoetro mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi pendidikan ada beberapa ketentuan, antara lain :

- a. Karena komunikasi mempunyai suatu maksud, maka suatu *messege* atau stimulus selalu ditujukan kepada sekumpulan orang tertentu. Ini disebut penerima yang tertentu.
- b. Komunikator berkeinginan menimbulkan suatu respon kepada penerima yang sesuai dengan maksud yang dibawakan oleh *messege* atau stimulus tertentu.
- c. Suatu komunikasi dinyatakan berhasil jika respon yang timbul pada penerima, sesuai dengan maksud komunikasi.

Dalam melaksanakan suatu program pendidikan aktivitas menyebarkan, menyampaikan gagasan-gagasan dan maksud-maksud ke seluruh struktur organisasi sangat penting. Proses komunikasi dalam menyampaikan suatu tujuan lebih dari pada sekedar menyalurkan pikiran-pikiran atau gagasan-gagasan dan maksud-maksud secara lisan atau tertulis. Komunikasi secara lisan pada umumnya lebih mendatangkan hasil dan pengertian yang jelas dari pada secara tertulis. Demikian pula komunikasi secara informal dan secara formal mendatangkan hasil yang berbeda pengaruh dan kejelasannya.

Dalam prosesnya komunikasi terbagi menjadi dua macam komunikasi, yaitu komunikasi aktif dan komunikasi pasif.

- a. Komunikasi aktif, merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung dengan aktif antara komunikator dengan komunikan, di mana antara keduanya sama-sama aktif berkomunikasi, sehingga terjadi timbal balik di antara keduanya.
- b. Komunikasi pasif. Komunikasi pasif terjadi di mana komunikator menyampaikan informasi atau ide terhadap halayaknya atau komunikan sebagai penerima informasi, akan tetapi komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan respon atau timbalbalik dari proses komunikasi.¹²

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai konsep komunikasi efektif, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan dengan pendekatan Reach—yang mencakup *Respect* (menghormati),

¹² Atina Rahmatia et al., “Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI) Open Access under CC BY NC SA Pentingnya Komunikasi Organisasi Pendidikan Di Sekolah” 1, no. 2 (2023): 269–74, <https://doi.org/10.00000/pjpi.v1n22023>.

Empathy (berempati), *Audible* (terdengar jelas), *Clarity* (kejelasan), dan *Humble* (rendah hati)—memegang peranan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif, terutama dalam konteks kepemimpinan. Selain itu dalam proses komunikasi pendidikan terdapat ketentuan yang sangat penting untuk diperhatikan. Ketentuan ini meliputi pemahaman konteks komunikasi, kejelasan tujuan, serta kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai dengan karakteristik audiens. Dalam hal ini, prinsip Reach juga sejalan dengan ketentuan yang disebutkan oleh Marsetio Donosepoetro, di mana komunikasi pendidikan yang baik harus melibatkan penghormatan terhadap audiens (*respect*), kemampuan untuk berempati dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman audiens (*empathy*), serta penggunaan bahasa yang jelas dan mudah dipahami (*clarity*).

Daftar Pustaka

- Afzali, A., Motahari, A. A., & Hatami-Shirkouhi, L. (2014). Investigating the influence of perceived organizational support, psychological empowerment and organizational Zraková, Difana Leli Anggraini, dkk. *Inovasi Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran di Era Digital*. <https://jurnalpelitanegribelantaraya.com/index.php/JPMMP/article/view/10/6>
- Effendhie, M. (2011). *Pengantar Organisasi. Organisasi Tata Laksana Dan Lembaga Kearsipan*, 1–90. <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/ASIP420902-M1.pdf>
- Faujiah, Syifa, Muhammad Syaifudin, and Tuti Andriani. “Implementasi Manajemen Strategi Dalam Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 3 (2023): 641–50. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3.1400>.
- Hasibuan, Putri Mulianda, and Yusuf Hadijaya. “Implementasi Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Guru.” *Journal of Education Research* 5, no. 3 (2024): 2802–9. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1284>.
- Hasmawati, Fifi, and Alias Aliasan. “Strategi Komunikasi Dalam Manajemen Pengembangan Organisasi.” *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 42–50. <https://doi.org/10.19109/yonetim.v5i2.15204>.
- Muhammad, A. (2002). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Nurhayati, Eti Sri, Aminah Swarnawati, Cahyo Wibowo, Eka Indri Widarti, Ahmad Thufail, and Inasa Ori Sativa. “Komunikasi Efektif Pimpinan Dalam Mengatasi Konflik Organisasi.” *Metacommunication; Journal of Communication Studies* 7, no. 1 (2022): 84. <https://doi.org/10.20527/mc.v7i1.11558>.
- Puspitasari, Dita, and Bayu Putra Danaya. “Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi: Lisan, Non Verbal, Dan Tertulis (Literature Review Manajemen).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 3 (2022): 257–68. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>.
- Rahmatia, Atina, Khusnul Fauziah, Ki Agus, Ihsanul Khoir, and Dwi Noviani. “Pengertian: *Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)* Open Access under CC BY NC SA Pentingnya Komunikasi

-
- Organisasi Pendidikan Di Sekolah” 1, no. 2 (2023): 269–74.
<https://doi.org/10.00000/pjpi.v1n22023>.
- Rianto, Puji, Subhan Afifi, and Puji Hariyanti. “Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 Dan Implikasinya Pada Strategi Komunikasi.” *Komunika* 10, no. 1 (2023): 28–38.
<https://doi.org/10.22236/komunika.v10i1.10216>.
- Somad, R., & Priansa, D.J. (2014). *Manajemen Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Suryani, N.K., & Yoga G.A.D.M. (2018). Konflik dan Stres Kerja dalam Organisasi. *Jurnal Widya Manajemen*, 1(1).
- Susanto, Eko Harry. *Komunikasi Dan Gerakan Perubahan: Kemajemukan Dalam Konstelasi Sosial, Ekonomi, Politik*, 2016.
- SuwandyantoM. (2010). *Manajemen Strategi dan kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.