

MODEL KOMUNIKASI KETUA HIMIKOM DALAM MENJALANKAN ORGANISASI

COMMUNICATION MODEL OF HIMIKOM CHAIRMAN IN RUNNING THE ORGANIZATION

Nirwana¹, Muya Syaroh Iwanda Lubis², Nabila Aulia³

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Dharmawangsa, Medan

*Email: nirwana.bach0@gmail.com, nabibile99@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis model komunikasi pimpinan organisasi Himikom dalam merangkul pemikiran setiap anggotanya, kondisi objektif motivasi kepada anggota, serta apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat pada model komunikasi pimpinan dalam mewujudkan visi dan misi organisasi. Jenis penelitian ini adalah naturalistik dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Ketua Himikom dan Anggotanya di Kampus Universitas Dharmawangsa Fakultas Sospol Prodi Ilmu Komunikasi. Objek penelitian ini adalah Model komunikasi Ketua dan Anggota dalam mewujudkan visi dan misi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa, model komunikasi Ketua Organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menjalankan roda organisasi yaitu: model komunikasi Linear yaitu model komunikasi searah yaitu komunikasi yang hanya dari satu pihak saja, sedangkan ke pihak yang lain hanya penerima. Model ini pada hakikatnya adalah model komunikasi searah, berdasarkan anggapan bahwa pimpinan organisasi memiliki pengaruh langsung, segera, dan sangat menentukan terhadap jalannya organisasi. Model komunikasi tersebut telah menemui beberapa hambatan seperti: kurangnya respon anggota akan kebijakan yang di buat pimpinan, kurangnya tanggungjawab setiap anggota dalam setiap kegiatan organisasi, kurangnya minat anggota untuk selalu aktif di organisasi, dan akan terhambatnya segala program kerja yang telah di rancang karena tertutup dengan saran dan kritik dari anggota.

Kata kunci : *Komunikasi, Model Komunikasi, Himikom, Organisasi*

A.PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan prasyarat bagi kehidupan manusia. Tanpa komunikasi, hidup terasa hampa atau tidak ada kehidupan sama sekali. Komunikasi pada berarti interaksi antar manusia. Sebagai makhluk sosial, sebagai makhluk sosial kita perlu berkomunikasi satu sama lain.¹ Melalui komunikasi seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, mengkomunikasikan apa yang dipikirkannya, dan melalui komunikasi seseorang tidak lagi berkonflik dengan lingkungannya. Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam memahami pesan yang disampaikan. Jika komunikasi tidak memberi respon atau tidak adanya perubahan dalam sikap, maka ada faktor yang pasti menghambat komunikasi keduanya, maka disini komunikasi perlu memberi warna dan bukti dalam sikap, tindakan, dan bentuk lainnya.

Dalam definisi sederhana Harold D. Laswell, yaitu cara yang baik untuk menggambarkan suatu kegiatan komunikasi adalah: “Siapa yang mengirimkan penyampaian, lalu apa yang di sampaikan, melalui media apa penyampaian itu, kepada siapa, dan apa efek dari penyampaian itu (Kangara, 2021). Selain itu, komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari seberapa baik orang berkomunikasi. Pengetahuan yang dipelajari manusia perlu ditransfer dengan cepat. Misalnya seseorang yang mempelajari komunikasi diharapkan mampu menyampaikan pesan dengan cara menyesuaikan gaya komunikasi sesuai tipe-tipe komunikasi. Komunikasi manusia pada dasarnya telah dilakukan sejak pertama kali dia ada di dunia. Tindakan komunikasi ini berlanjut sepanjang hidup. Oleh karena itu, komunikasi dapat diibaratkan sebagai sumber

kehidupan manusia. Kita tidak bisa membayangkan seperti apa bentuk dan pola kehidupan manusia di dunia ini jika hanya ada sedikit atau tidak ada tindakan komunikasi antara satu dengan yang lainnya. Pentingnya komunikasi bagi manusia maupun organisasi tidak dapat disangkal lagi. Suatu organisasi dapat berfungsi dengan lancar jika terdapat organisasi yang baik, namun sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat menghambat, mandek, atau mengganggu komunikasi organisasi.

Suatu organisasi yang didalamnya terdiri dari orang-orang yang mempunyai kepentingannya masing-masing dan berinteraksi sebagai suatu sistem, komunikasi yang baik diperlukan untuk keberhasilan kinerja organisasi.² Untuk dapat mencapai tujuan organisasi. Salah satu cara untuk menjamin kelangsungan hidup suatu organisasi adalah melalui komunikasi. Tanpa komunikasi, organisasi tidak dapat berfungsi. Komunikasi juga memainkan peran penting dalam perubahan internal dan eksternal dalam suatu organisasi. Komunikasi adalah kunci untuk mengidentifikasi dan mengoordinasikan antar pemangku kepentingan, membangun proses interaksi sosial di antara mereka, serta merumuskan dan mengambil keputusan (Lewis, 2019). Ketika komunikasi yang efektif tidak dapat dicapai dalam suatu organisasi, maka di pastikan organisasi itu tidak akan berjalan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan organisasi itu.³

B. LANDASAN TEORI

Komunikasi merupakan proses komunikator mengirimkan makna-makna baik dalam bentuk simbol-simbol maupun kata-kata yang dimaksudkan untuk merubah perilaku orang lain. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai upaya untuk memunculkan persamaan persepsi diantara yang memberikan pesan dengan yang menerima pesan (Furqon, 2005).

Komunikasi adalah proses perpindahan dan pemahaman makna yang memiliki efek langsung terhadap komitmen seseorang dalam organisasi, memiliki pengaruh positif kepercayaan terhadap komitmen dan berpengaruh terhadap kepercayaan (Ayuningtyas, 2017).

Pada konsep ini, menunjukkan betapa pentingnya komunikasi bagi peningkatan komitmen, produktivitas dan kinerja individu-individu yang ada pada organisasi. Memahami organisasi dapat dilakukan dengan dua macam pendekatan, yaitu secara objektif dan subjektif, secara objektif suatu organisasi dipandang pasti memiliki struktur sedangkan secara subjektif berarti proses dalam pengorganisasian perilaku. Perilaku individu yang efektif berperan dalam menciptakan kultur kerja yang positif yang secara korelatif menjadikan kinerja organisasi unggul (Siregar, 2018).

Organisasi juga dapat diartikan sebagai suatu kesatuan sosial yang terdiri lebih dari satu individu dan diarahkan dengan sadar untuk secara terus menerus bergerak menuju tercapainya tujuan bersama (Furqon, 2005). Struktur dan proses dalam organisasi tentunya perlu diatur dengan baik melalui komunikasi yang dikelola secara efektif dan efisien (Suzuki & Hur, 2020).

Komunikasi organisasi merupakan proses mengirim dan menerima pesan yang terjadi dalam suatu organisasi yang di dalamnya terdiri dari keberagaman yang saling tergantung antara satu dengan yang lain (Gutama, 2010). Dalam keberlangsungan organisasi diibaratkan seperti sebuah system yang bertugas untuk menghubungkan seluruh bagian-bagian yang ada pada struktur organisasi agar dapat saling mengisi dan berkontribusi pada tercapainya tujuan organisasi. Komunikasi berperan dalam membangun alur informasi serta kesamaan pemahaman yang tercipta antara komunikator (pengirim) dengan komunikan (penerima) informasi dalam berbagai tingkatan yang ada di dalam organisasi (Rakhmat, 2019; Ruliana, 2014). Sebagai proses administrasi, komunikasi mengandung proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran-pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapainya suatu tujuan. Hasil penelitian mengidentifikasi.

C. METODE

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Dharmawangsa. Sebuah kampus yang terletak di jalan Kol. Yos Sudarso No.224, Glugur Kota, Kec. Medan Barat Kota Medan, Sumatera Utara, Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggambarkan model komunikasi serta gaya komunikasi yang dipakai pimpinan organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menyampaikan tujuan dan visi dari organisasi kepada setiap anggotanya.⁴

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara, serta menggunakan sumber data/ informan juga dengan sebuah pendekatan yang bertujuan untuk mendapatkan uraian dari setiap informasi. Dengan demikian penelitian ini hanya menggambarkan bagaimana model komunikasi yang dipakai pimpinan organisasi Himikom dalam mengembangkan dan menjalankan roda organisasi selama kepemimpinannya. Adapun narasumber dalam penelitian ini diambil secara purposive (secara sengaja). Informan dipilih sebagaimana, yaitu: para ketua bidang kerja organisasi himikom. Pada penelitian ini terdapat dua macam data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer (data utama). Data ini adalah data pokok yang dijadikan sebagai telah utama yang diperoleh langsung dari informan, yaitu: Usamah Amri dan Muhammad Aqil Harits sebagai pengurus harian himikom.
2. Data sekunder atau pendukung adalah berupa data yang diperoleh dari sumber bacaan lain yang sesuai dengan penelitian.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan sebuah organisasi yang beranggotakan para mahasiswa yang memiliki keinginan dan spesialisasi dalam bidang komunikasi. Tujuan diadakannya organisasi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kreativitas mahasiswa dalam bidang komunikasi.⁵ Komunikasi memegang peranan yang sangat penting bagi mahasiswa ilmu komunikasi. Komunikasi merupakan landasan terpenting dalam membangun hubungan antar anggota organisasi, mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan, dan berkomunikasi dengan pihak eksternal seperti universitas, sponsor, dan masyarakat umum. Komunikasi organisasi merupakan alat yang paling strategis dalam menjalankan berbagai aktivitas organisasi. Hal ini memungkinkan pemimpin organisasi untuk menggambarkan tugas dan fungsi organisasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Gibs dan Hotgetts yang dikutip Syafaruddin (2016: 266), ada empat jenis komunikasi dalam organisasi berdasarkan saluran proses informasi:

- 1) Komunikasi dari atasan ke bawahan (komunikasi turun);
- 2) Komunikasi dari bawahan ke pimpinan (komunikasi ke atas);
- 3) Komunikasi horizontal (komunikasi pada level yang sama dalam organisasi); dan
- 4) Komunikasi diagonal (komunikasi individu pada level yang sama dalam organisasi).

Sederhananya, model ini dianggap sebagai alat utilitas . Tentunya juga membantu memudahkan penjelasan dalam proses komunikasi. Dalam arti lain, model ini memfasilitasi penjelasan fenomena komunikasi dengan merepresentasikan secara abstrak fitur-fitur yang dianggap penting dan menghilangkan detail-detail yang tidak perlu. Model juga dapat dianggap sebagai sebuah kartu. Saat diminta memberikan arahan, kami hanya menjelaskan hal yang penting dan menghilangkan hal-hal yang tidak penting (Nurudin, 2017).⁶ Model adalah representasi peristiwa nyata atau abstrak yang menyoroti aspek terpenting dari suatu fenomena. Sementara itu, Sereno dan Mortensen mengatakan model komunikasi idealnya menggambarkan apa yang diperlukan untuk berkomunikasi. Menurut B. Aubrey, Fisher menyatakan bahwa model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan.

Suatu unsur, ciri, atau komponen penting dari suatu fenomena yang dijadikan model. Dengan kata lain, model adalah teori yang disederhanakan yang menjelaskan atau mengimplementasikan suatu teori. Di sisi lain, Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. berasumsi bahwa model berguna untuk merumuskan teori dan mengajukan hubungan. Oleh karena itu, hubungan antara model dan teori begitu kuat sehingga sering digunakan bersama-sama. Hingga saat ini, terdapat ratusan model komunikasi yang diciptakan oleh para ahli. Beberapa para ahli telah menciptakan ratusan model komunikasi.

Menurut Lasswell, fungsi penting dari komunikasi adalah untuk memberikan informasi tentang kekuatan lain di dunia. Ia menyimpulkan bahwa penting bagi masyarakat untuk menemukan dan mengendalikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi yang efektif. Model komunikasi yang dipakai pada pimpinan organisasi Himikom lebih mendekati pada model komunikasi linear yaitu komunikasi satu arah seperti yang dikemukakan oleh Lasswell, komunikasi satu arah itu dinilai tidak akan efektif bagi tujuan dari organisasi Himikom, karena model komunikasi satu arah ini akan menimbulkan persepsi dari setiap anggota akan otoriter kepemimpinan yang selalu mengedepankan pemikiran dan pendapatnya sendiri.⁸ Oleh karena itu banyak dari anggota yang akan pasif dan memilih untuk keluar dari organisasi, karena sejatinya organisasi adalah wadah atau tempat dimana semua anggota dapat mengekspresikan pendapat dan pemikirannya. Ketua Himikom seharusnya mampu memahami setiap karakter dari setiap anggotanya, dengan demikian model komunikasi dan gaya komunikasi dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di lapangan.

E. KESIMPULAN

Model komunikasi pimpinan dan unsur-unsur pimpinan yaitu untuk memotivasi anggota dalam berkegiatan serta merangkul setiap anggota sehingga tidak terjadinya perpecahan dan sikap perlawanan yang menyebabkan keluarnya anggota dari keorganisasian. Sedangkan kegiatan komunikasi untuk meningkatkan motivasi individu pada awalnya dilakukan sebagai komunikasi satu arah, kemudian beralih ke komunikasi dua arah ketika pesan dan kebijakan di sampaikan kepada anggotanya. Komunikasi akan menjadi efektif ketika pimpinan dan anggota melakukan komunikasi dua arah yang menghasilkan tindakan yang diinginkan. Faktor-faktor pendukung dan penghambat model komunikasi pimpinan dalam menjalankan tujuan organisasi pada pesan yang diterima oleh anggota terkadang maksud dan tujuannya tidaklah mudah diterima, sehingga menghadirkan beragam persepsi.

Persepsi ini timbul karena dalam menginterpretasikan isi pesan, yang terkadang sering membuat ketidakpuasan pada anggota. Serta kecenderungan anggota Himikom yang sering menyembunyikan ketidakpuasan mereka akan kebijakan yang disampaikan oleh pimpinan. Hal ini dikarenakan karena adanya mindset bahwa apabila setiap pendapat yang dikemukakan anggota selalu di bantah dan sikap yang selalu ingin menang sendiri yang tidak mau menerima pikiran dari setiap anggota. Jelas hal ini sangat mengganggu kelancaran komunikasi nantinya antara pimpinan dengan anggota, karena antara hati, pikiran dan tindakan anggota seperti ada keterbatasan dan harus mengikuti sesuai dengan kehendak ketua saja. Kecanggungan tersebut secara tidak langsung membuat pimpinan kesulitan untuk menjalankan setiap program kerja organisasi seperti yang direncanakan dan yang ingin di capai, karena ketidaktepatan komunikasi akan menyulitkan pimpinan dalam memberikan instruksi.

F. DAFTAR PUSTAKA

Ii, B. A. B., Pustaka, T., Curtis, D. B., Floyd, J. J. & Winsor, L. Deddy Mulyana. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2005. Hal 82 6. 6–46 (2005).

Hidayat, M. Model Komunikasi Kyai Dengan Santri di Pesantren. *J. ASPIKOM* 2, 385 (2017).

Amrullah, A. M. K. & Fanani, Z. Model Komunikasi di Lembaga Pendidikan Islam. *J. Pendidik. Islam Indones.* 3, 334–346 (2019).

Siregar, R. T. *et al.* *Komunikasi Organisasi. Widina Bhakti Persada Bandung* (2021).

Desy Herawaty Susanto. Model Komunikasi Organisasi Pada Divisi Newsroom Jaktv. *Univ. Buddi Dharma* 66 (2019).

Doembana, I. Model Komunikasi Lembaga Dakwah Islam Khusus Pimpinan Cabang Muhammadiyah Luwuk Kabupaten Banggai. 35–40 (2019).

Gemiharto, I., Zein, D. & Karimah, K. El. Evaluasi Model Komunikasi Pemasaran Koperasi Dalam Upaya Penguatan Kelembagaan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus Pengembangan Model Komunikasi Pemasaran Koperasi Petani Cabai di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. *J. Manaj. Komun.* 1, 57–78 (2019).

Syamsuddin, S., Soiman, S. & Ritonga, H. J. Model Komunikasi Unsur Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dan Pegawai di Madrasah Aliyah Negeri Kota Tebing Tinggi. *J. Divers.* 8, 258–265 (2022).

Hidayat, M. Model Komunikasi Kyai Dengan Santri di Pesantren. *J. ASPIKOM* 2, 385 (2017).

Amrullah, A. M. K. & Fanani, Z. Model Komunikasi di Lembaga Pendidikan Islam. *J. Pendidik. Islam Indones.* 3, 334–346 (2019).

Siregar, R. T. *et al.* *Komunikasi Organisasi. Widina Bhakti Persada Bandung* (2021).

Desy Herawaty Susanto. Model Komunikasi Organisasi Pada Divisi Newsroom Jaktv. *Univ. Buddi Dharma* 66 (2019).

Doembana, I. Model Komunikasi Lembaga Dakwah Islam Khusus Pimpinan Cabang Muhammadiyah Luwuk Kabupaten Banggai. 35–40 (2019).

Gemiharto, I., Zein, D. & Karimah, K. El. EVALUASI MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN KOPERASI DALAM UPAYA PENGUATAN KELEMBAGAAN EKONOMI MASYARAKAT Studi Kasus Pengembangan Model Komunikasi Pemasaran Koperasi Petani Cabai di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. *J. Manaj. Komun.* 1, 57–78 (2019).

Syamsuddin, S., Soiman, S. & Ritonga, H. J. Model Komunikasi Unsur Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dan Pegawai di Madrasah Aliyah Negeri Kota Tebing Tinggi. *J. Divers.* 8, 258 265 (2022).