

PEMAHAMAN TENTANG KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI MERUPAKAN DASAR DALAM MEMBENTUK GAYA KEPEMIMPINAN SESEORANG DALAM SUATU ORGANISASI

Riefky Krisnayana

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Komunikasi dapat dipandang sebagai sarana untuk menyalurkan masukan sosial kedalam sistem sosial. Komunikasi juga merupakan saran memodifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan, memproduktifkan informasi dan sarana untuk mencapai tujuan. Dalam suatu organisasi dewasa ini, informasi mengalir lebih cepat. Kemacetan yang sangat singkat sekalipun dalam lini produksi yang bergerak cepat dapat menyebabkan kerugian besar karena hilangnya hasil produksi. Unsur penting lainnya adalah jumlah informasi yang makin lama makin membengkak dan sering menyebabkan beban informasi yang berlebihan, yang sebenarnya diperlukan bukanlah informasi yang lebih banyak, tetapi informasi yang relevan. Dengan demikian perlu ditentukan jenis informasi yang diperlukan suatu organisasi dalam rangka pengambilan keputusan yang efektif.

Komunikasi organisasi merujuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horisontal. Cara seseorang berbicara kepada yang lainnya dan cara seseorang bersikap di depan orang lain merupakan suatu gaya kerja dan gaya komunikasi. Konsep gaya menunjukkan bahwa kita berurusan dengan kombinasi bahasa dan tindakan, yang tampaknya menggambarkan suatu pola yang cukup konsisten.

Kata Kunci : Komunikasi organisasi, Gaya Komunikasi, Pemimpin sebagai komunikator

ABSTRACT

Communication can be seen as a means to channel the social input into the social system. Communication is also a suggestion to modify behavior, affect change, memproduktifkan information and means to achieve the goal. In an organization today, information flows faster. Congestion is very short even in fast moving production lines can lead to large losses due to loss of production. Another important element is the amount of information that is increasingly bloated and often causes the burden of information overload, which is actually needed is not more information, but the information is relevant. Thus necessary to determine the type of information required in the framework of an organization for effective decision making.

Organizational communication refers to the patterns and forms of communication that occurs within the context and the organization's network. Organizational communication involves forms of interpersonal communication and group communication. Discussion of organizational communication, among others concerning the structure and functioning of the organization, human relations, communication and organizing processes and organizational culture. Organizational communication is defined as the flow of messages in a network of interdependent nature of his relationship with one another include vertical and horizontal communication flows. How to talk to the other person and how one behaves in front of others is a work style and communication style. Style concept shows that we are dealing with a combination of language and actions, which seem

to describe a fairly consistent pattern.

Keywords: *organizational communication, Communication Styles, Leader as a communicator.*

I. Pendahuluan

Mengapa komunikasi penting dalam suatu organisasi ? Pertanyaan ini kerap dilontarkan oleh mereka yang concern terhadap kajian fenomena komunikasi maupun mereka yang tertarik pada gejala-gejala keorganisasian. Dalam kenyataan masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses pengorganisasian. Komunikasi mempunyai andil membangun iklim organisasi, yang berdampak kepada membangun

budaya organisasi, yaitu nilai dan kepercayaan yang menjadi titik pusat organisasi.

Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian (mutual understanding) . Pendek kata agar terjadi penyeteraan dalam kerangka referensi, maupun dalam pengalaman. Komunikasi organisasi merujuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling

bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horisontal.

II. Pengertian Teori Komunikasi Dalam Organisasi

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Organisasi dan komunikasi. Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana.

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui

jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaahan untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

III. Unsur unsur komunikasi dalam organisasi

1. Komunikator (communicator), yaitu memberi berita, yang dalam hal ini adalah orang yang berbicara, pengirim berita atau orang yang memberitakan.
2. Menyampaikan berita, dalam hal ini dapat dilakukan dengan cara

mengatakan, mengirim atau menyiarkan.

3. Berita-berita yang disampaikan (message), dapat dalam bentuk perintah, laporan, atau saran.
4. Komunikan (communicate), yaitu orang yang dituju, pihak penjawab atau para pengunjung. Dengan kata lain orang yang menerima berita.
5. Tanggapan atau reaksi (response), dalam bentuk jawaban atau reaksi. Kelima unsure komunikasi tersebut (Komuniakator, Menyampaikan berita, Berita-berita yang disampaikan, Komunikan dan Tanggapan atau reaksi) merupakan kesatuan yang utuh dan bulat, dalam arti apabila satu unsure tidak ada, maka komunikasi tidak akan terjadi. Dengan demikian masing-masing unsur saling berhubungan dan ada saling ketergantungan. Jadi dengan demikian keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh semua unsur tersebut.

IV. Hambatan Dalam Berkomunikasi

Pada sebuah proses komunikasi yang terjadi terkadang kita juga akan mengalami banyak hambatan dalam berkomunikasi. Beberapa Hambatan Komunikasi adalah :

- a. Hambatan sematik Komunikasi yg disebabkan oleh faktor bahasa yg digunakan oleh para pelaku komunikasi

- b. Hambatan mekanik Komunikasi yang disebabkan oleh factor elektrik, mesin atau media lainnya
- c. Hambatan antropologis Hambatan yg disebabkan oleh perbedaan pada diri manusia
- d. Hambatan psikologis Hambatan yg disebabkan oleh faktor kejiwaan .

V. Memahami Komunikasi dan Gaya Komunikasi dalam Organisasi

Gaya komunikasi atau communication style akan memberikan pengetahuan kepada kita tentang bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan tindak berbagi informasi dan gagasan. Sementara pada pengaruh kekuasaan dalam organisasi, kita akan mengkaji jenis-jenis kekuasaan yang digunakan oleh orang-orang dalam tataran manajemen sewaktu mereka mencoba mempengaruhi kemampuan berkomunikasi dalam organisasi, kita akan diajak untuk memikirkan bagaimana mendefinisikan tujuan kita sehubungan dengan tugas dalam organisasi, bagaimana kita memilih orang yang tepat untuk diajak kerjasama dan bagaimana kita memilih saluran yang efektif untuk melaksanakan tugas tersebut.

VI. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi (communication style) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku

antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation*).

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver).

Ada enam gaya komunikasi yaitu:

1. The controlling style

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one-way communications.

Pihak-pihak yang memakai controlling style of communication ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah

tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha 'menjual' gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. The controlling style of communication ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula.

2. The equalitarian style

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two-way traffic of communication). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap

anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

3. The structuring style

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

Stogdill dan Coons dari The Bureau of Business Research of Ohio State

University, menemukan dimensi dari kepemimpinan yang efektif, yang mereka beri nama Struktur Inisiasi atau Initiating Structure. Stogdill dan Coons menjelaskan mereka bahwa pemrakarsa (initiator) struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4. **The dynamic style**

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). The dynamic style of communication ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (salesmen atau saleswomen).

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah memstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5. **The relinquishing style**

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (sender) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

6. **The withdrawal style**

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh

karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi.

Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa the equalitarian style of communication merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: structuring, dynamic dan relinquishing dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Dan dua gaya komunikasi terakhir: controlling dan withdrawal mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat dan produktif.

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi.

Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa the equalitarian style of communication

merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: structuring, dynamic dan relinquishing dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Dan dua gaya komunikasi terakhir: controlling dan withdrawal mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat dan produktif.

VII. Tinjauan Pemimpin Dalam Proses Komunikasi

Sebagai pusat kekuatan dan dinamisator bagi organisasi (perusahaan, kesatuan, jawatan, dan lain-lain) pemimpin harus selalu berkomunikasi dengan semua pihak, baik melalui hubungan formal maupun informal. Menurut Kartono (2003) pemimpin adalah :

"Seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan kelebihan di satu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu, demi pencapaian satu atau beberapa tujuan" (Kartono, 2003;9).

Sedangkan fungsi kepemimpinan adalah memandu, menuntun, membimbing, membangun, memberi, atau membangunkan motivasi-motivasi kerja, mengemudikan organisasi, menjalin jaringan-jaringan komunikasi yang baik, memberikan supervisi/pengawasan yang efisien, dan

membawa para pengikutnya kepada sasaran yang ingin dituju, sesuai dengan ketentuan waktu dan perencanaan. Pemimpin bertindak dengan cara mempelancar produktivitas, moral tinggi, respon yang energik, kecakapan kerja yang berkualitas, komitmen, efisiensi, sedikit kelemahan, kepuasan, kehadiran, dan kesinambungan dalam organisasi.

Selain itu suksesnya pelaksanaan tugas pemimpin itu sebagian besar ditentukan oleh kemahirannya menjalin komunikasi yang tepat dengan semua pihak, secara vertikal maupun secara horizontal. Kepemimpinan diwujudkan melalui gaya komunikasi dan gaya kerja atau cara bekerja sama dengan orang lain yang konsisten. Melalui apa yang dikatakannya (bahasa) dan apa yang diperbuatnya (tindakan), seseorang membantu orang-orang lainnya untuk memperoleh hasil yang diinginkan.

Cara seseorang berbicara kepada yang lainnya dan cara seseorang bersikap di depan orang lain merupakan suatu gaya kerja dan gaya komunikasi. Konsep gaya menunjukkan bahwa kita berurusan dengan kombinasi bahasa dan tindakan, yang tampaknya menggambarkan suatu pola yang cukup konsisten.

Menurut Sayles (dalam Kartono, 2003) dan Strauss, mengemukakan beberapa tipe komunikasi yaitu tipe lingkaran, tipe rantai, tipe-Y, tipe roda, tipe bintang, tipe lainnya adalah komunikasi searah, dan komunikasi dua arah. Selanjutnya, keberhasilan kepemimpinan itu bergantung pada :

“Kemampuan pemimpin menjabarkan kebijakan/policy organisasi dan ide-ide sendiri ke dalam pengertian-pengertian praktis, yang bisa dipahami dan dapat dilaksanakan oleh para pengikut atau bawahannya”. (Sayles & Strauss, dalam Kartono, 2003;121)

Maka komunikasi yang efektif dan terbuka akan memudahkan penjabaran kebijakan tersebut sekaligus memberikan fasilitas kelancaran kerja. Komunikasi ini juga menjadi sarana primer untuk mengubah tingkahlaku, dengan jalan mempengaruhi dan meyakinkan para pengikut. Maka ada dua bentuk komunikasi dalam kepemimpinan organisasi yaitu komunikasi satu arah atau *one way communicaton*, dan komunikasi dua arah atau *two way communication*.

Keuntungan komunikasi searah antara lain ialah sebagai berikut :

- Dapat berlangsung cepat dan efisien, berlangsung “*top down*”.
- Dapat melindungi pemimpin, sehingga orang atau para pengikut tidak dapat melihat dan menilai kesalahan-kesalahan dan kelemahan pemimpin

Sedangkan kelemahan pada komunikasi satu arah ialah :

- Kepemimpinannya bersifat otoriter
- Dapat menimbulkan ketidakjelasan, salah paham, penafsiran yang keliru, sentimen dan banyak ketegangan.

Selanjutnya, keuntungan dan kerugian komunikasi dua arah ialah:

- Semua perintah dapat diterima dengan lebih akurat, tepat, karena dapat ditanyakan dan didiskusikan apabila pesan-pesan yang diberikan kurang dapat dimengerti.
- Bisa dikurangi salah paham dan salah interpretasi.
- Suasannya lebih demokratis

Sebaliknya, beberapa segi kelemahan komunikasi dua arah ialah :

- Komunikasi dan kepatuhan berlangsung lebih lambat.
- Kemungkinan besar muncul sikap “menyerang” pada pengikut/anak buah, dan terdapat sikap bertahan pada diri pemimpin.
- Setiap saat bisa timbul masalah-masalah baru yang tidak terduga-duga dengan adanya dialog terbuka. Artinya dapat muncul satu seri permasalahan kepemimpinan (manajemen) baru, yang bisa menyulitkan posisi pemimpin.

Dari pernyataan diatas maka dapat di simpulkan bahwa suksesnya kepemimpinan itu disebabkan oleh keberuntungan seorang pemimpin yang memiliki bakat alam yang luar biasa. Oleh karena itu pemimpin memiliki kharisma dan kewibawaan untuk memimpin massa yang ada di sekitarnya. Tegasnya, pemimpin yang sukses itu menjalankan kepemimpinannya tanpa teori, tanpa menjalani pelatihan dan pendidikan sebelumnya.

VII. Pemimpin Sebagai Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Karena itu komunikator biasa disebut pengirim,

Sumber, *source* atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi disini, pemimpin adalah seorang komunikator dalam sebuah perusahaan, pemimpin memegang peranan penting dalam perusahaan, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seorang pemimpin sebagai komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas. Untuk mencapai komunikasi yang mengena, seorang komunikator atau pemimpin juga harus memiliki kepercayaan (*credibility*), kemampuan, kejujuran, keramahan, serta daya tarik.

a) Kepercayaan (*Credibility*)

Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti khalayak (penerima). Gobbel, Menteri Propaganda Jerman dalam Perang Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Kredibilitas menurut Aristoteles, bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki ethos, pathos, dan logos. Ethos adalah kekuatan yang dimiliki pembicara dari karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. Pathos adalah kekuatan yang dimiliki seorang pembicara dalam mengendalikan emosi pendengarnya, sedangkan logos adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.

b) Kejujuran

Kejujuran adalah salah satu faktor untuk menumbuhkan sikap percaya. Sebagai

komunikator atau pemimpin kita harus jujur mengungkapkan diri kita kepada bawahan. Kita harus menghindari terlalu banyak melakukan “penopengan” atau “pengelolaan pesan” karena hal tersebut dapat menghilangkan rasa kepercayaan bawahan kepada pemimpin. Karena kejujuran adalah awal dari kepercayaan, kejujuran juga menyebabkan perilaku kita dapat diduga oleh orang lain.

c) Kemampuan

Kemampuan adalah kapasitas/sifat individu yang dibawa sejak lahir atau dipelajari yang memungkinkan seseorang untuk melakukan/menyelesaikan berbagai macam tugas dan pekerjaan.

d) Daya tarik (*attractiveness*)

Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal baik (*familiarity*), disukai (*liking*) dan fisiknya (*physic*).

e) Keramahan

Keramahan adalah salah satu faktor yang harus dimiliki seorang pemimpin atau seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada para bawahan sehingga para bawahannya merasa dekat dan nyaman. Keramahan bisa ditunjukkan dengan senyuman pada saat pemimpin bertemu bawahan. Dengan ringkas dapat dinyatakan,

pemimpin dan kepemimpinan itu dimanapun juga dan kapanpun juga selalu diperlukan, khususnya pada zaman modern sekarang dan dimasa mendatang.

VIII. Tinjauan Pemimpin Dalam Proses Komunikasi

Sebagai pusat kekuatan dan dinamisator bagi organisasi (perusahaan, kesatuan, jawatan, dan lain-lain) pemimpin harus selalu berkomunikasi dengan semua pihak, baik melalui hubungan formal maupun informal. Menurut Kartono

(2003) pemimpin adalah :

“Seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan kelebihan di satu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu, demi pencapaian satu atau beberapa tujuan” (Kartono, 2003;9).

Sedangkan fungsi kepemimpinan adalah memandu, menuntun, membimbing, membangun, memberi, atau membangunkan motivasi-motivasi kerja, mengemudikan organisasi, menjalin jaringan-jaringan komunikasi yang baik, memberikan supervisi/pengawasan yang efisien, dan membawa para pengikutnya kepada sasaran yang ingin dituju, sesuai dengan ketentuan waktu dan perencanaan. Pemimpin bertindak dengan cara mempelancar produktivitas, moral tinggi, respon yang energik, kecakapan kerja yang berkualitas, komitmen, efisiensi,

sedikit kelemahan, kepuasan, kehadiran, dan kesinambungan dalam organisasi.

Selain itu suksesnya pelaksanaan tugas pemimpin itu sebagian besar ditentukan oleh kemahirannya menjalin komunikasi yang tepat dengan semua pihak, secara vertikal maupun secara horizontal. Kepemimpinan diwujudkan melalui gaya komunikasi dan gaya kerja atau cara bekerja sama dengan orang lain yang konsisten. Melalui apa yang dikatakannya (bahasa) dan apa yang diperbuatnya (tindakan), seseorang membantu orang-orang lainnya untuk memperoleh hasil yang diinginkan.

Cara seseorang berbicara kepada yang lainnya dan cara seseorang bersikap di depan orang lain merupakan suatu gaya kerja dan gaya komunikasi. Konsep gaya menunjukkan bahwa kita berurusan dengan kombinasi bahasa dan tindakan, yang tampaknya menggambarkan suatu pola yang cukup konsisten.

Menurut Sayles (dalam Kartono, 2003) dan Strauss, mengemukakan beberapa tipe komunikasi yaitu tipe lingkaran, tipe rantai, tipe-Y, tipe roda, tipe bintang, tipe lainnya adalah komunikasi searah, dan komunikasi dua arah. Selanjutnya, keberhasilan kepemimpinan itu bergantung pada :

“Kemampuan pemimpin menjabarkan kebijakan/policy organisasi dan ide-ide sendiri ke dalam pengertian-pengertian praktis, yang bisa dipahami dan dapat dilaksanakan oleh para pengikut atau bawahannya”. (Sayles & Strauss, dalam Kartono, 2003;121)

Maka komunikasi yang efektif dan terbuka akan memudahkan penjabaran kebijakan tersebut sekaligus memberikan fasilitas kelancaran kerja. Komunikasi ini juga menjadi sarana primer untuk mengubah tingkahlaku, dengan jalan mempengaruhi dan meyakinkan para pengikut. Maka ada dua bentuk komunikasi dalam kepemimpinan organisasi yaitu komunikasi satu arah atau *one way communication*, dan komunikasi dua arah atau *two way communication*.

IX. Kesimpulan

1. Tujuan utama dalam mempelajari komunikasi adalah memperbaiki organisasi. Memperbaiki organisasi biasanya ditafsirkan sebagai “memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen”. Dengan kata lain, orang mempelajari komunikasi organisasi untuk menjadi manajer yang lebih baik. Sebagian penulis berpendapat bahwa manajemen adalah komunikasi. Seringkali teori tradisional dan petunjuk mengenai organisasi dan komunikasi organisasi ditulis dari suatu perspektif manajerial dan sangat menekankan suatu pandangan obyektif.
2. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi

- berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.
3. Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian (mutual understanding) . Pendek kata agar terjadi penyetaraan dalam kerangka referensi, maupun dalam pengalaman. Komunikasi organisasi merujuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi.
 4. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005).
 5. Everet M.Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian
 6. Pada sebuah proses komunikasi yang terjadi terkadang kita juga akan mengalami banyak hambatan dalam berkomunikasi diantaranya :Hambatan sematik
- Komunikasi yg disebabkan oleh faktor bahasa yg digunakan oleh para pelaku komunikasi, Hambatan mekanik Komunikasi yang disebabkan oleh factor elektrik, mesin atau media lainnya, Hambatan
7. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver).
 8. pemimpin adalah “Seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan kelebihan di satu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu, demi pencapaian satu atau beberapa tujuan” (Kartono, 2003;9).
 9. Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Karena itu komunikator biasa disebut pengirim, **Sender**, *source* atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi disini, pemimpin adalah seorang komunikator dalam sebuah perusahaan, pemimpin memegang

peranan penting dalam perusahaan, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seorang pemimpin sebagai komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

10. Untuk mencapai komunikasi yang mengena, seorang komunikator atau pemimpin juga harus memiliki kepercayaan (*credibility*), kemampuan, kejujuran, keramahan, serta daya tarik.

PENUTUP

Pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemahaman yang baik tentang komunikasi dalam menjalankan suatu organisasi merupakan dasar pemikiran yang sangat penting bagi seorang pemimpin dalam menjalankan organisasinya terutama dalam membentuk gaya kepemimpinannya. Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi., Kejujuran adalah salah satu faktor untuk menumbuhkan sikap percaya. Sebagai komunikator atau pemimpin kita harus jujur mengungkapkan diri kita kepada bawahan.

Kita harus menghindari terlalu banyak melakukan “penopengan” atau “pengelolaan pesan” karena hal tersebut dapat menghilangkan rasa kepercayaan bawahan kepada pemimpin. Karena kejujuran adalah awal dari kepercayaan, kejujuran juga menyebabkan perilaku kita dapat diduga oleh orang lain. Seorang pemimpin juga harus memiliki Kemampuan yaitu kapasitas/sifat individu yang dibawa sejak lahir atau dipelajari yang memungkinkan seseorang untuk melakukan/menyelesaikan berbagai macam tugas dan pekerjaan dan daya tarik merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal baik (*familiarity*), disukai (*liking*) dan fisiknya (*physic*).

Keramahan juga merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki seorang pemimpin atau seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada para bawahan sehingga para bawahannya merasa dekat dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

1. Pace R. Wayne and Faules, Don F, Komunikasi Organisasi, ROSDA, Bandung 2000

2. Uchjana Effendi, Onong., Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, Remaja Rosdakarya, Bandung 1992
3. Jiwanto, Gunawan., Komunikasi dalam Organisasi, Pusat Pengembangan Manajemen & Andi Offset, Yogyakarta 1985
4. Ann Marriner, Tomey, Guide to Nursing management and Leadership, Mosby year book Inc 1996
5. Ruben Brent D dan Lea P Stewart. (2006). Communication and Human Behavior. United States: Allyn and Bacon
6. Komala, Lukiati. 2009. Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks. Bandung: Widya Padjadjaran
7. Mulyana, Deddy Prof. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya. 2007
8. Rohim, Syaiful. 2009. Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi. Jakarta: Rineka Cipta
9. West, Richard & Lynn H. Turner. 2007. *Introducing Communication Theory*. Third Edition. Singapore: The McGraw Hill companies.
10. **(Indonesia)** Larry Gonick, Kartun (non) Komunikasi, guna dan salah guna informasi dalam dunia modern. Kepustakaan Populer Gramedia, Juli 2007. (diterjemahkan dari Guide to (non) Communication HarperCollins Publisher, Inc copyright 1993. ISBN 978-979-9100-75-7
11. Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
12. Wiryanto, Dr. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jilid I. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.