

# KOMUNIKASI DALAM MANAJEMEN

Oleh : Suhaimi.D

## A. Dasar Pemikiran

Komunikasi ada di mana-mana, di rumah, dikampus, di Mesjid, di Kantor dan sebagainya. Komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan kita. Sebuah penelitian (Applboum, 1974 : 63) menyebutkan bahwa tiga perempat (70%) waktu bangun kita digunakan untuk berkomunikasi – membaca, menulis dan mendengar an (*We spend an estimated three-fourths of our waking hours in some form of communications-reading, writing, speaking and listening*) Komunikasi menentukan kualitas hidup kita.

Komunikasi memiliki hubungan yang erat sekali dengan kepemimpinan, bahkan dapat dikatakan bahwa tiada kepemimpinan tanpa komunikasi. Apalagi syarat seorang pemimpin selain ia harus berilmu, berwawasan kedepan, ikhlas, tekun, berani, jujur, sehat jasmani dan rohani, ia juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi, sehingga Rogers (1969:180) mengatakan "*Leadership is Communication*. Kemampuan berkomunikasi akan menentukan berhasil tidaknya seorang pemimpin dalam melaksanakan tugasnya. Setiap pemimpin (*leader*) memiliki pengikut (*flower*) guna meralisir gagasannya dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Disinilah pentingnya kemampuan berkomunikasi bagi seorang pemimpin, khususnya dalam usaha untuk mempengaruhi perilaku orang lain. Inilah hakekatnya dari suatu manajemen dalam organisasi.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dengan memberdayakan anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 2003: 8). Manajemen sering juga didefinisikan sebagai seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Para manajer mencapai tujuan organisasi dengan cara mengatur orang lain untuk melaksanakan tugas apa saja yang mungkin diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Stoner, 1996 : 7)

Manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Paling kurang ada tiga alasan utama mengapa manajemen itu dibutuhkan. *Pertama* : Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu organisasi dan pribadi; *kedua* :

Untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan dari pihak yang berkepentingan dalam organisasi, seperti pemilik dan karyawan, maupun kreditur, pelanggan, konsumen, supplier, serikat kerja, assosiasi perdagangan, masyarakat dan pemerintah. *Ketiga* : Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda. Salah satu cara yang umum adalah efisiensi dan efektivitas.

## **B. Komunikasi Dalam Organisasi**

Komunikasi dalam organisasi adalah : Komunikasi di suatu organisasi yang dilakukan pimpinan, baik dengan para karyawan maupun dengan khalayak yang ada kaitannya dengan organisasi, dalam rangka pembinaan kerja sama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi (Effendy,1989: 214).

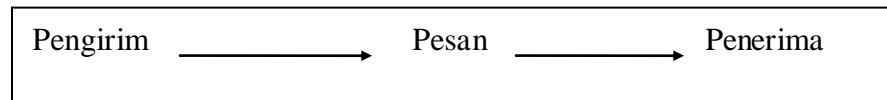
Manajemen sering mempunyai masalah tidak efektifnya komunikasi. Padahal komunikasi yang efektif sangat penting bagi para manajer, paling tidak ada dua alasan, *pertama*, komunikasi adalah proses melalui mana fungsi-fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dapat dicapai; *kedua*, komunikasi adalah kegiatan dimana para manejer mencurahkan sebagian besar proporsi waktu mereka.

Proses Komunikasi memungkinkan manejer untuk melaksanakan tugas-tugas mereka. Informasi harus dikomunikasikan kepada stafnya agar mereka mempunyai dasar perencanaan, agar rencana-rencana itu dapat dilaksanakan. Pengorganisasian memerlukan komunikasi dengan bawahan tentang penugasan mereka. Pengarahan mengharuskan manejer untuk berkomunikasi dengan bawahannya agar tujuan kelompo dapat tercapai. Jadi seorang manejer akan dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen melalui interaksi dan komunikasi dengan pihak lain.

Sebahagian besar waktu seorang manejer dihabiskan untuk kegiatan komunikasi, baik tatap muka atau melalui media seperti Telephone, Hand Phone dengan bawahan, staf, langganan dsb. Manejer melakukakan komunikasi tertulis seperti pembuatan memo, surat dan laporan-laporan.

### C. Model Komunikasi dalam Organisasi

Model komunikasi yang paling sederhana adalah adanya pengirim, berita (pesan) dan penerima seperti gambar berikut ini :



Model ini menunjukkan 3 unsur esensi komunikasi. Bila salah satu unsur hilang, komunikasi tidak dapat berlangsung. Sebagai contoh seorang dapat mengirimkan pesan, tetapi bila tidak ada yang menerima atau yang mendengar, komunikasi tidak akan terjadi.

Model komunikasi yang terperinci, dengan unsur-unsur penting dalam suatu organisasi yaitu :

1. Sumber mempunyai gagasan, pemikiran atau kesan yang
2. diterjemahkan atau disandikan ke dalam kata-kata dan symbol-simbol, kemudian
3. disampaikan atau dikirimkan sebagai pesan kepada penerima
4. penerima menangkap symbol-simbol dan
5. diterjemahkan kembali atau diartikan kembali menjadi suatu gagasan dan
6. mengirimkan berbagai bentuk umpan balik kepada pengirim.

Sumber (source) atau pengirim mengendalikan berbagai pesan yang dikirim, susunan yang digunakan, dan saluran mana yang akan digunakan untuk mengirim pesan tersebut.

Mengubah pesan ke dalam berbagai bentuk simbo-simbol verbal atau nonverbal yang mampu memindahkan pengertian, seperti kata-kata percakapan atau tulisan, angka, berakan dsb.

Langkah ketiga sumber mengirimkan pesan melalui berbagai saluran komunikasi silan. Manfaat komunikasi lisan, antar pribadi adalah kesempatan untuk berinteraksi antara sumber dan penerima, memungkinkan komunikasi nonverbal (gerakan tubuh, intonasi suara, dll) disampaikan pesannya secara tepat, dan memungkinkan umpan bali diproleh. Sedangkan komunikasi tertulis dapat disampaikan melalui media seperti :memo,

surat, laporan, catatan, bulletin, surat kabar dsb. Komunikasi tulisan mempunyai kelebihan dalam penyediaan laporan atau dokumen untuk kepentingan masa mendatang.

Langkah keempat adalah penerimaan pesan oleh pihak penerima. Pada umumnya penerima menerima pesan melalui panca indera mereka.. banyak pesan penting yang tidak diterima oleh seseorang karena mereka tidak menerima pesan karena kesalahan dalam memilih media yang tepat.

Langkah kelima adalah decoding. Hal ini menyangkut memahami symbol-simbol yang dipergunakan oleh pengirim (sumber). Ini amat dipengaruhi oleh latar belakang, kebudayaan, pendidikan, lingkungan, praduga dan gangguan disekitarnya. Dalam komunikasi dua arah antara pimpinan dan stafnya (atasan dan bawahan) kemampuan pimpinan dalam berkomunikasi menjadi factor penentu berhasil tidaknya orang lain memahami ide, gagasan yang ia sampaikan.

Langkah terakhir adalah umpan balik. Setelah pesan diterima dan diterjemahkan, penerima memberikan respon, jadi komunikasi adalah proses yang berkesinambungan dan tak pernah berakhir. Inilah yang disebut bahwa komunikasi yang efektif itu akan menimbulkan interaksi yang baik pula dalam melaksanakan tujuan organisasi.

#### **D. Hambatan-Hambatan Terhadap Komunikasi yang Efektif**

1. Hambatan Organisasional yaitu tingkat hirarkhi, wewenang manajerial dan spesialisasi.

Tingkat hirarkhi bila suatu organisasi tumbuh, dan strukturnya berkembang, akan menimbulkan berbagai masalah komunikasi. Karena pesan harus melalui tingkatan (jenjang) tambahan, yang memerlukan waktu yang lebih lama barulah pesan itu sampai.

Wewenang Manajerial artinya, keaburan wewenang bagi setiap tingkatan pada jabatan tertentu akan membuat pesan tidak sampai ke seluruh bagian yang ada dalam organisasi tersebut.

Spesialisasi artinya adalah prinsip organisasi, tetapi juga menimbulkan masalah-masalah komunikasi, apalagi mereka yang berbeda keahlian bekerja saling berdekatan. Perbedaan fungsi dan kepentingan dan istilah-istilah dalam pekerjaan mereka masing dapat menghambat, dan membuat kesulitan dalam memahami, sehingga akan timbul salah pengertian dan sebagainya.

## 2. Hambatan-hambatan Antar Pribadi

Manejer selalu menghadapi bahwa pesan yang disampaikan akan berubah dan menyimpang dari maksud pertama. Manejer haruslah memperhatikan hambatan-hambatan antar pribadi seperti : Persepsi selektif, status atau kedudukan komunikator (Sumber), Keadaan membela diri, Pendengaran lemah, dan ketidaktepatan dalam penggunaan bahasa.

Persepsi selektif adalah suatu proses yang menyeluruh dengan mana seorang menseleksi, mengorganisasikan, dan mengartikan segala pesan yang ia terima. Persepsi seseorang akan dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing. Untuk itu diharapkan seorang manejer memahami sebanyak mungkin tentang kerangka piker, keinginan, kebutuhan, motif, tujuan dan tingkat kecerdasan seluruh karyawannya, agar komunikasi dalam organisasi yang ia pimpin menjadi efektif.

Status Komunikator artinya hambatan utama komunikasi adalah kecendrungan untuk menilai terutama kredibilitas sumber. Kredibilitas didasarkan keahlian seseorang dalam bidang yang ia komunikasikan dan tingkat kepercayaan seseorang bahwa komunikator dapat dipercayai.

Keadaan membela diri. Perasaan membela diri baik pada pengirim, maupun penerima pesan, menimbulkan hambatan dalam proses komunikasi.

Pendengaran lemah. Manejer harus belajar untuk mendengar secara efektif agar mampu mengatasi hambatan ini.

Ketidaktepatan dalam penggunaan bahasa. Salah satu kesalahan terbesar yang terjadi dalam proses komunikasi adalah salah dalam menggunakan bahasa. Sebagai contoh, perintah manajer untuk mengerjakan “secepat mungkin” bisa berarti satu jam, satu hari atau satu minggu. Disamping itu bahasa nonverbal yang tidak konsisten seperti nada suara, ekspresi wajah, dan sebagainya dapat menghambat komunikasi.

### **E. Pedoman komunikasi yang baik**

1. Teliti tujuan sebenarnya dalam setiap berkomunikasi
2. Pertimbangkan keadaan fisik dan psikis orang lain dalam berkomunikasi
3. Konsultasikan dengan berbagai pihak setiap proses manajemen mulai dari merencanakan sampai evaluasi.

4. Perhatikan tekanan nada dan ekspresi wajah sesuai dengan isi pesan yang disampaikan.
5. Perhatikan konsistensi dalam berkomunikasi
6. Jadilah pendengar yang baik dalam berkomunikasi.

### ***Rujukan***

Appelbaum, Ronald L, 1974, *Strategies for Persuasive Communication*, Charles E. Merrill Publishing Company, Columbus, Ohio.

Effendy, 1989, *Kamus Komunikasi*, Mandar Maju, Bandung.

Handoko, T. Hani, 2003, *Manajemen*, BPF, Yogyakarta

Muhammad, Arni, 1995, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta.

Liliweri, Alo, 1997, *Sosiologi Organisasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Stoner, James A.F., 1996, *Manajemen*, Erlangga, Jakarta