















banyak dikemukakan oleh para eksekutif untuk melakukan audit komunikasi, adalah untuk memperoleh informasi tentang “muatan informasi dalam kaitannya dengan topik-topik penting, sumber dan saluran informasi, kualitas informasi dan kualitas komunikasi”, karena muatan informasi dalam bentuk kelebihan muatan (*overload*) atau kekurangan muatan (*underload*) merupakan sumber distorsi paling besar dalam sistem komunikasi. Hal demikian ternyata tidak hanya sering dialami oleh perusahaan-perusahaan besar seperti di Amerika Serikat, tetapi umum dikalangan perusahaan menengah dan kecil seperti di negara-negara berkembang. Secara garis besarnya sejumlah tujuan yang sering disebutkan oleh para eksekutif perusahaan untuk mengadakan audit komunikasi, antara lain:

- 1) Menentukan “lokasi” dimana kelebihan muatan informasi (*overload*) ataupun kekurangan muatan informasi (*underload*) terjadi berkaitan dengan topik-topik, sumber-sumber, dan saluran-saluran komunikasi tertentu.
- 2) Menilai kualitas informasi yang dikomunikasikan oleh dan/atau kepada sumber-sumber informasi.
- 3) Mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi, secara khusus mengukur sejauh mana kepercayaan antarpribadi (*trust*), dukungan, keramahan, dan kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan dilaksanakan.
- 4) Mengenali jaringan-jaringan yang aktif-operasional untuk desas-desus (rumor), pesan-pesan sosial, pesan-pesan kedinasan, kemudian dibandingkan dengan jaringan komunikasi resmi atau jaringan yang dibentuk sesuai dengan bagan organisasi.
- 5) Mengenali sumber-sumber kemacetan arus (*bottlenecks*) arus informasi dan para penyaring informasi (*gatekeepers*) dengan memperbandingkan peran-peran komunikasi dalam praktek, seperti penyendiri (*isolate*), penghubung









- 3) Bila terdapat kebutuhan untuk meningkatkan motivasi karyawan;
- 4) Bila tagihan telpon dan lain-lain tiba-tiba melonjak dan dirasa terlalu tinggi;
- 5) Bila konsumen dan para pelanggan menemui kesulitan untuk mengontak devisi penjualan;
- 6) Bila sedang mengembangkan rencana-rencana dan strateg-strategi jangka panjang;
- 7) Bila terjadi perbedaan pandangan antara para manajer dan karyawan tentang beberapa hal penting, seperti pemogokan buruh dan selisih antara buruh dan manager yang disebabkan oleh kesalahan sikap atau tindakan atasan;
- 8) Sebelum membuat keputusan penting tentang pengadaan alat-alat komunikasi baru;
- 9) Bila dinilai terlalu banyak beredar memo yang simpang siur dan isinya tidak relevan;
- 10) Sesudah jumlah karyawan yang keluar-masuk (*turnover*) dinilai terlalu tinggi;
- 11) Bila muncul masalah-masalah besar dalam komunikasi organisasi
- 12) Sudah tiba waktunya untuk melakukan pemeriksaan rutin atas pelaksanaan sistem komunikasi.

Dari “kedua daftar saat tepat” dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya audit komunikasi dapat dilakukan kapan saja –pada dan antara –sepanjang garis penghubung antara dimensi persoalan dan perencanaan (*problem-planning dimension*). Di satu pihak audit komunikasi dapat dilakukan bila muncul persoalan berat yang harus dipecahkan, di lain pihak audit komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh gambaran pada saat kini yang dapat digunakan sebagai pangkal pengembangan perencanaan komunikasi. Informasi tersebut









- 9) Melakukan perbandingan antara organisasi-organisasi sejenis berdasarkan data dan analisis tentang sikap, persepsi, dan perilaku komunikasinya.

Sejalan dengan rincian tentang manfaat ilmiah diatas, sejumlah manfaat praktis yang berkaitan dengan kebijakan dan manajemen komunikasi yang secara ringkas dapat dirumuskan menjadi “peningkatan efektivitas komunikasi organisasi”, rincian manfaat manajerial praktis dari audit komunikasi, antara lain:

- 1) Untuk membandingkan status sistem komunikasi antara sebelum pengukuran dan sesudah pengukuran dilakukan guna menentukan dampak dari program-program komunikasi baru;
- 2) Untuk mengetahui dan mengukur dampak dari program-program yang sedang berlangsung, sebagaimana dituntut oleh semua organisasi yang baik;
- 3) Untuk membandingkan data sebelum survei dan sesudah survei dilakukan guna menentukan dampak dari inovasi-inovasi keorganisasian (restrukturisasi, penambahan komputer, program-program pengembangan organisasi)
- 4) Untuk mengetahui dan menentukan struktur organisasi sebagai alat dari suatu organisasi yang sukses;
- 5) Untuk mengetahui dan menentukan kelompok-kelompok kunci dalam kegiatan komunikasi sebelum dilakukan restrukturisasi –terutama penting bagi organisasi raksasa sebelum menugaskan pejabat atau staf di luar negeri;
- 6) Untuk mengetahui dan menentukan pos-pos biaya komunikasi yang penting (telepon, rapat, prangko, perjalanan udara), bila hendak melakukan ekspansi perusahaan keluar negeri;





























- a. Kebijakan sebagai suatu konsep filosofis merupakan serangkaian prinsip atau kondisi yang diinginkan.
- b. Sebagai suatu produk, kebijakan dipandang sebagai serangkaian kesimpulan atau rekomendasi.
- c. Sebagai suatu proses, kebijakan dipandang sebagai suatu cara dimana melalui cara tersebut suatu organisasi dapat mengetahui apa yang diharapkan darinya yaitu program dan mekanisme dalam mencapai produknya, dan
- d. Sebagai suatu kerangka kerja, kebijakan merupakan suatu proses tawar menawar dan negosiasi untuk merumuskan isu-isu dan metode implementasinya.

Proses analisis kebijakan publik menurut Dunn adalah serangkaian aktivitas intelektual yang dilakukan dalam proses kegiatan yang pada dasarnya bersifat politis. Aktivitas politis tersebut dijelaskan sebagai proses pembuatan kebijakan, dan divisualisasikan sebagai rangkaian tahap yang saling bergantung dan diatur menurut urutan waktu, yang meliputi penyusunan agenda, formulasi kebijakan, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan penilaian kebijakan. Sementara itu, aktivitas intelektual meliputi perumusan masalah, *forecasting*, rekomendasi kebijakan, monitoring, dan evaluasi kebijakan.

Implementasi kebijakan publik merupakan salah satu aktivitas dalam proses kebijakan publik yang menentukan apakah sebuah kebijakan itu bersentuhan dengan kepentingan publik serta dapat diterima oleh publik. Dalam hal ini, dapat ditekankan bahwa bisa saja dalam tahapan perencanaan dan formulasi kebijakan dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi jika pada tahapan implementasinya tidak diperhatikan optimalisasinya, maka tentu tidak jelas apa yang diharapkan dari sebuah produk kebijakan itu. Pada akhirnya pun dipastikan bahwa pada tahapan evaluasi kebijakan, akan menghasilkan penilaian bahwa antara formulasi dan implementasi kebijakan





