BAB II

KAJIAN TEORITIS

1. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Sebelum berbicara tentang komunikasi organisasi, perlu kita memahami makna komunikasi bedasarkan perspektif para ahli sehingga arah pemikiran dalam konsep dasar komunikasi yang variatif tersebut dapat memberi gambaran yang komprehensif, diantaranya sebagai berikut:

1) Carl I. Hovland

Komunikasi merupakan proses seseorang menyampaikan rangsangan dengan tujuan mengubah perilaku orang lain.[1]

2) Everett M. Rogers

Komunikasi merupakan suatu proses dimana sebuah ide disebar luaskan dari sumber kepeda satu penerima atau lebih, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka.[2]

3) Gebner

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, skill dan seterusnya, dengan symbol, kata, gambar, figure,

[1] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Paktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999), 10.
[2] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

grafik dan lain-lain. Hal tersebut adalah suatu aksi penyampaian yang biasanya disebut komunikasi.[3]

4) Himstreet dan Baty

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi di antara dua orang atau lebih melalui suatu system symbol-simbol, isyarat-isyarat, dan perilaku yang sudah lazim.[4]

5) McLaughlin

Komunikasi merupakan proses saling menukar gagasan-gagasan atau ide-ide dengan berbagai cara yang efektif.[5]

6) Onong Uhcjana Effendy

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang yang bermakna sebagai perpaduan pikiran dan perasaan berupa ide atau gagasan, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan lain sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara bertatap muka maupun secara tidak langsung melalu media komunikasi dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, dan perilaku.[6]

Dari uraian di atas dapat di simpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang di dalamnya terjadi pembagian makna, ide-ide atau gagasan di antara dua orang atau lebih dan mereka dapat saling

---

[3] Reed H. Blake, *A Taxonomi Of Consept in Communication*, (USA: Hasting Hause, Publisher Inc, 1979), 3.
[4] William C. Himstreet dan Wayne Murlin Baty, *Bussiness Communications: Principesland Methods.* (Boston: Publishing Company, 1990), 6.
[5] Ted J. McLaughlin, *Communication*, (Columbus: Charles E. Merrill Books, Inc, 1964), 21.
[6] Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memahami pesan yang di sampaikan. Tanpa adanya kesamaan perngertian diantara peserta komunikasi maka tidak ada sebuah tindak komunikasi.

b. Struktur Komunikasi Dalam Organisasi

Hal-hal yang perlu dipahami dalam kajian struktur komunikasi dalam organisasi yaitu kemanakah arah atau arus komunikasi dalam organisasi ? untuk mengetahui hal tersebut, maka perlu adanya penjelasan meliputi komunikasi kebawah, keatas, lateral, dan komunikasi lintas saluran. [7]

1) Komunikasi Ke Bawah (Downward Communication)

Komunikasi ke bawah yaitu pesan yang dikirim dari tingkat structural yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Contohnya pesan yang dikirim oleh Kapolsek kepada satuan anggotanya, pesan yang dikirim oleh atasan tersebut dapat berupa perintah, imbauan, nasehat dan lain sebagainya.

Terdapat permasalahan yang sering timbul dalam komunikasi kebawah yaitu kesalahpahaman makna perintah dari atasan oleh bawahan. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan bahasa yang digunakan oleh atasan dan tidak dapat dipahami oleh bawahan. Merupakan hal yang wajar karena umumnya atasan dalam sebuah organisasi memiliki latar belakang pendidikan yang relativ lebih tinggi dibandingkan dengan bawahan. Maka dari itu sering kali

[7] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi* : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Editor Deddy Mulyana, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 185

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahasa yang digunakan atasan tidak dipahami oleh bawahan. Begitu juga sebaliknya, dalam urusan teknis terkadang ada kode bahasa sendiri yang biasanya hanya dimengerti oleh atasan atau bawahan saja.

Menurut Katz dan Kahn[8] ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan oleh atasan kepada bawahannya, yaitu:

a) Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan
b) Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan
c) Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi
d) Informasi mengenai kinerja pegawai
e) Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas

Ada beberapa cara yang digunakan dalam penyampaian informasi ke bawahan, diantaranya adalah dengan cara tulisan, lisan, tulisan diikuti lisan, dan lisan diikuti tulisan.[9]

2) Komunikasi Ke Atas (Upward Communication)

Komunikasi keatas yaitu proses penyampaian pesan yang dikirim dari tingkat structural yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi. Misalnya para pegawai kepada manajernya. Jenis komunikasi tersebut biasanya meliputi:

[8] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi* : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Editor Deddy Mulyana, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 185
[9] Ibid,. 187

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, meliputi apa yang terjadi di pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih perlu dilakukan, dan lain sebagainya.

b) Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab.

c) Berbagai ide-ide atau gagasan perubahan dan saran-saran perbaikan.

d) Perasaan yang berhubungan dengan pekerjaan yang berkaitan dengan pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.[10]

Adapun permasalahan yang sering terjadi dalam komunikasi jenis ini adalah pesan yang ditujukan kepada atasan seringkali hanya pesan-pesan positif, laporan yang bersifat "asal bapak senang" kerap mewarnai dalam perjalanan organisasi. Masalah lainnya dalam secara fisik, masalah dimana biasanya terjadi karena tempat antara pimpinan dengan bawahan terpisah jauh. Misalnya pimpinan berada dilantai atas sedangkan bawahan dilantai bawah, bahkan ada yang para karyawannya bekerja diluar daerah.

Sebab-sebab lain kesulitan bawahan ini apat dijelaskan dengan pendapat Sharma[11] yang meliputi:

a) Bawahan cenderung menyembunyikan pemikiran mereka

[10] Josep A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia : Kuliah Dasar*, (Jakarta: Professional Books, 1977), 346

[11] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*,……, 191

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Adanya perasaan bahwa pimpinan tidak tertarik dengan masalah bawahan

c) Kurangnya penghargaan bagi komunikasi keatas yang dilakukan bawahan.

d) Adanya perasaan bahwa atasan tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan bawahan.

Ada beberapa cara sebagai antisipasi permasalahan yang telah diuraikan diatas, Planty dan Machaver[12] menjabarkan tujuh prinsip sebagai pedoman komunikasi keatas, yaitu:

a) Program komunikasi keatas yang efektif harus direncanakan

b) Program komunikasi keatas yang efektif berlangsung secara kesinambungan

c) Program komunikasi keatas yang efektif mengunakan saluran rutin

d) Program komunikasi keatas yang efektif menitik beratkan pada kepekaan dan penerimaan dalam pemasukan gagasan dari tingkatan yang lebih rendah

e) Program komunikasi keatas yang efektif mencakup mendengarkan secara objektif

f) Program komunikasi keatas yang efektif mencakup tindakan untuk menanggapi masalah

[12] Ibid., 193

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g) Program komunikasi keatas yang efektif menggunakan berbagai media dan metode untuk meningkatkan aliran informasi.

3) Komunikasi Lateral (Horisontal)

Komunikasi lateral (horizontal) adalah proses penyampaian pesan yang dikirim dari dan ke tingkat structural yang sama. Misalnya sesama karyawan, sesama anggota kepolisian di bagian intelijen. Jenis komunikasi ini dapat memperlancar pertukaran pengetahuan, wawasan, penggalaman, metode dan bahkan tempat curahan pendapat (brainstorming). Dengan komunikasi ini dapat memperkecil terjadinya miss-komunikasi atau kesalahpahaman diantara para anggota organisasi.[13]

Permasalahan yang kerap terjadi dalam jenis komunikasi ini adalah jika para pegawai atau karyawan dalam pekerjaannya sudah terspesialisasi sesuai dengan bidangnya sendiri, maka mereka menganggap bahwa pekerjaannyalah yang terbaik sehingga yang lain dianggap sebagai competitor. Jika hal yang demikian terjadi akan sulit menjalankan komunikasi lateral.[14]

Tujuan adanya komunikasi lateral ini antara lain untuk mengkoordinasikan penugasan kerja, berbagi informasi yang berkaitan dengan rencana dan program, sebagai pemecah masalah, sarana memperoleh pemahaman bersama, media berunding, untuk

[13] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*,……, 196
[14] Ibid., 196

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendamaikan, dan menenggahi perbedaan agar menumbuhkan dukungan antar personal.[15]

4) Komunikasi Lintas Saluran

Komunikasi lintas saluran merupakan komunikasi yang terjadi dimana informasi diberikan melewati batas-batas fungsional atau batas-batas unit kerja, dan diantara orang-orang yang satu dengan yang lainnya tidak saling menjadi bawahan atau atasan[16]. Misalnya komunikasi yang terjadi antara bagian administrasi dengan bagian logistic dalam sebuah lembaga atau organisasi.

Permasalahan yang kerap timbul dalam komunikasi jenis ini adalah terjadinya *prejudice* (prasangka) antar sesama pegawai. Maka dari itu pimpinan harus bertindak bijaksana apabila mendapati permasalahan yang demikian. Komunikasi jenis ini cenderung sulit untuk dihindari, terkadang menjadi penting untuk dilakukan sebagai *bargaining power* (tawar-menawar).

c. Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Secara umum fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).[17] Informasi dapat diberikan kepada siapa saja yang menjadi lawan berbicara, pesan merupakan informasi yang disampaikan oleh setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi.

[15] R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*,……, 196
[16] Ibid., 195
[17] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Segala pesan atau informasi merupakan faktor penentu adanya saling pengertian dalam komunikasi. Begitu juga dengan fungsi mendidik, mempengaruhi dan menghibur, ketiga fungsi tersebut melekat dalam sebuah transaksi komunikasi. Makna pesan-pesan itulah yang menjadikan terjadinya proses komunikasi.

Komunikasi organisasi adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, oleh karenanya maknya fungsi tersebut bergantung pada proses manajemen komunikasi dalam suatu organisasi. S. Djuarsa Sendjaja[18] memberikan gambaran tentang fungsi komunikasi dalam organisasi yang terdiri dari empat fungsi yaitu fungsi informative, fungsi regulative, fungsi persuasive, dan fungsi integrative.

Fungsi informative dalam organisasi menganggap bahwa organisasi merupakan suatu system pemrosesan informasi yang artinya semua anggota dalam sebuah organisasi membutuhkan informasi untuk mengerjakan bidang pekerjaannya sesuai dengan *job-descripstion* masing-masing bidang.

Fungsi regulative berkaitan dengan aturan-aturan yang berlaku dalam suatu organisasi sebagai dasar mengerjakan sesuatu. Pada suatu organisasi terdapat dua poin penting yang berpengaruh terhadap fungsi regulative, yaitu atasan yang memegang kendali manajemen dan pesan. Seorang atasan mempunyai kewenangan dan mengendalikan bawahan

[18] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atas segala perintah yang diberikan. Makna pesan dalam sebuah organisasi adalah berorientasi langsung pada kerja[19].

Fungsi persuasive dilakukan oleh pimpinan untuk memberikan sentuhan bagaimana suatu pekerjaan dilakukan oleh bawahan tanpa memberikan perintah secara formal. Sering terjadi jika atasan memberikan suatu intruksi dengan bahasa yang kaku dan terkesan terlalu formal maka bawahan tidak akan mengerjakan secara sukarela, sebaliknya jika suatu intruksi diberikan secara persuasive maka bawahan yang mengerjakan akan merasa memiliki hasil pekerjaan tersebut[20].

Fungsi integrative berupaya menyatukan persepsi seluruh anggota dalam suatu organisasi baik kalangan structural atas maupun tingkat bawah tentang tujuan dan misi organisasi melalui saluran-saluran komunikasi yang ada dalam sebuah organisasi. Secara general saluran komunikasi dalam organisasi ada dua yaitu saluran formal dan informal. Saluran formal dapat berupa penerbitan lembaran-lembaran berita atau bulletin-buletin tentang organisasi bersangkutan yang diperuntukan sebagai informasi bagi seluruh anggota organisasi baik atasan maupun bawahan. Sedangkan saluran informal dapat melalu pembicaraan antarpribadi pada saat istirahat kerja, kegiatan nonformal, dan lain sebagainya. Dengan demikian kegiatan ini akan menumbuhkan

[19] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 136
[20] Ibid., 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesadaran diri atau partisipasi yang besar dari seluruh anggota terhadap organisasi[21].

d. Jaringan Komunikasi Organisasi

Jaringan komunikasi organisasi adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan suatu pesan dari satu orang pada orang lain, jaringan tersebut dapat diamati dalam dua prespektif, yaitu:

a) Kelompok kecil sesuai sumberdaya yang dimiliki akan mengembangkan pola komunikasi yang menggabungkan beberapa struktur jaringan komunikasi. Jaringan ini dijadikan sebagai suatu system komunikasi umum yang digunakan organisasi atau kelompok untuk mengirimkan pesan kepada orang lain.
b) Jaringan komunikasi ini dapat dipandang sebagai struktur yang diformalkan yang diciptakan oleh organisasi sebagai sarana komunikasi organisasi.

Jaringan dalam organisasi membicarakan tentang sekumpulan manusia dimana mereka memiliki ikatan-ikatan yang saling berhubungan atau terikat satu dengan yang lain. Dalam hubungan tersebut terdapat adanya suatu arus yang diatur agar tidak saling bertabrakan. Jaringan memiliki beberapa prinsip dasar, diantaranya:

a) Pola. Pola merupakan suatu bentuk yang sudah teratur atau diatur.

[21] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Rangkaian. Rangkaian dapat dilihat sebagai suatu kesempurnaan suatu pola yang telah disusun menjadi rangkaian pola arus komunikasi.

c) Rangkaian yang ada relative stabil. Rangkaian ini merupakan suatu tata urusan secara sistematis sesuai rangkaian pola yang disusun dalam melakukan suatu hal. Jika rangkaian berjalan dengan stabil makan akan digunakan secara terus menurus.

d) Hukum yang mengatur. Jika orang-orang yang ada di dalam suatu organisasi tidak berjalan sesuai dengan rangkaian yang ada, maka akan mendapatkan sanksi. Hukum berlaku supaya prinsip-prinsip tersebut dapat berjalan dengan baik.

Secara general ada dua pola jaringan dalam suatu organisasi yaitu jaringan komunikasi formal dan informal[22]. Jaringan komunikasi yang formal bila pesan mengalir melalu jalan resmi yang ditentukan olehtingkatan-tingkatan resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan. Sedangkan jaringan komunikasi informal adalah bilamana bawahan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan hubungan posisi.

Ada tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yaitu komunikasi kepada bawahan, komunikasi pada atasan dan komunikasi horizontal. Sedangkan jaringan komunikasi informal lebih dikenal dengan desas-desus (*grapevine*) atau kabar angin. Dalam istilah

[22] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 107-126

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi grapevine dapat diartikan sebagai cara menyampaikan pesan secara rahasia dari orang ke orang yang tidak dapat diperoleh melalui jaringan komunikasi formal. Yang perlu diperhatikan adalah pola jaringan merupakan pola umum yang sering digunakan oleh suatu kelompok atau organisasi.

e. Gaya Komunikasi Dalam Organisasi

Gaya komunikasi (*communications style*) adalah seperangkat perilaku antar pribadi terspesialisasi dan digunakan dalam suatu situasi tertentu[23]. Gaya komunikasi dapat mengambarkan bagaimana perilaku seseorang dalam suatu organisasi pada saat menyampaikan ide atau gagasan. Ada enam gaya komunikasi yang sering digunakan dalam suatu organisasi, gaya tersebut disesuaikan dengan maksud dan tujuan pengiriman pesan. Yaitu:

a) Controlling Style

Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, mengatur, membatasi dan bahkan memaksa perilaku dan pikiran orang lain. Dalam proses gaya komunikasi ini sejenis dengan komunikasi satu arah. Gaya ini menekankan pada aspek pengiriman pesan tanpa memperdulikan aspek umpan balik. Gaya komunikasi ini biasanya digunakan untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja secara efektif.[24]

b) Equailitarian Style

[23] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 142
[24] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 142

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gaya komunikasi ini mementingkan aspek kesamaan atau keseimbangan pesan. Artinya penyebaran pesan dapat terjadi secara lisan maupun tulisan yang bersifat dua arah atau adanya timbal balik. Gaya komunikasi ini tepat untuk memelihara empati dan kerjasama, karena sifat keterbukaan dalam berkomunikasi antar anggota organisasi.[25]

c) Structuring Style

Gaya komunikasi ini bersifat terstruktur, yaitu melalu struktur penerimaan maupun pengiriman baik secara lisan maupun tulisan untuk memantapkan perintah yang harus dilakukan. Dalam gaya ini alur pesan mengikuti struktur yang ada dalam organisasi.[26]

d) Dynamic Style

Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan agresif, karena menyadari bahwa lingkungan kerjanya berorientasi pada tindakan, biasanya digunakan oleh supervisor yang membawahi para sales. Tujuannya adalah untuk merangsang pekerja agar bekerja dengan efektif dan efisien. Gaya komunikasi ini efektif dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang bersifat kritis.[27]

e) Relinquishing Style

Gaya komunikasi ini bersifat akomodatif, artinya meskipun sorang atasan memiliki hak untuk memerintah dan mengontrol orang lain, akan tetapi lebih banyak bersedia menerima saran dan pendapat

[25] Ibid., 142-143
[26] Ibid., 142-143
[27] Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), 143

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang lain. Gaya ini efektif bila orang yang diajak bekerjasama memiliki pengetahuan luas, berpenggalaman, dan bertanggung jawab.

f) Withdraw Style

Gaya komunikasi ini lebih bersifat menghindari tanggung jawab. Gaya komunikasi ini tidak cocok diterapkan dalam organisasi, karena keinginan untuk menghindari tanggung jawab maka tidak ada keinginan untuk berkomunikasi.[28]

Dari keenam uraian gaya komunikasi diatas, equalitarian style merupakan gaya komunikasi yang ideal, sedangkan structuring, dynamic dan relinquaishing dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Adapun gaya komunikasi controlling dan withdraw mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya insteraksi yang bermanfaat dan produktif[29].

f. Iklim Komunikasi Organisasi

a) Pengertian dan pentingnya iklim komunikasi

Menurut David dan Newstrom iklim organisasi adalah lingkungan dimana para karyawan suatu organisasi melakukan pekerjaan mereka. Iklim mengitari dan mempengaruhi segala hal

[28] Ibid., 143
[29] Jerry W. Koehler, Kail W.E Anatol, Ronald L. Aoolbaum, *Organizational Communication, Behavioral Perspecttives*, (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1981), 48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang bekerja dalam organisasi sehingga iklim dikatakan sebagai suatu konsep yang dinamis[30].

Sedangkan menurut Gibson, Ivancevich dan Donelly iklim organisasi adalah serangkaian keadaan lingkungan yang dirasakan secara langsung dan tidak langsung oleh karyawan[31]. Hal ini mengambarkan jika iklim organisasi dapat mempengaruhi karyawan baik secara sadar maupun tidak sadar.

Gibb menegaskan bahwa tingkah laku komunikasi tertentu dari anggota organisasi mengarahkan kepada iklim *supportiveness*, diantara tingkah laku tersebut adalah sebagai berikut:

a. Deskripsi, anggota organisasi memfokuskan pesan mereka kepada kejadian yang dapat diamati daripada evaluasi secara subjektif atau emosional.
b. Orientasi masalah, anggota organisasi memfokuskan komunikasi mereka pada pemecahan kesulitan mereka secara bersama.
c. Spontanitas, anggota organisasi berkomunikasi dengan sopan dalam merespons sesuatu yang terjadi.
d. Empathy, anggota organisasi memperlihatkan perhatian dan pengertian terhadap anggota lainnya.

[30] Keith Davis & John W Newstrom, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 1994), 20
[31] Gibson, Ivancevich dan Donelly, *Organisasi*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1994), 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Kesamaan, anggota organisasi memperlakukan anggota yang lain sebagai teman dan tidak menekankan kepada kedudukan dan kekuasaan.
f. Profesionalism. Anggota organisasi bersifat fleksibel dan menyesuaikan diri pada situasi komunikasi yang berbeda[32].

Iklim organisasi penting karena jika dalam suatu organisasi para anggotanya tidak bisa berkoordinasi dengan baik maka akan mengancam timbulnya masalah dalam organisasi tersebut. Segala hal yang menyangkut keharmonisan hubungan yang dijalin oleh anggota organisasi mempengaruhi kemajuan suatu organisasi tersebut.

Pace dan Faules[33] mengemukakan jika sedikitnya ada enam faktor yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi yaitu:

a. Kepercayaan. Para anggota disetiap tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan. Karena makin tinggi suatu kepercayaan, maka motivasi kerja cenderung semakin tinggi.
b. Pembuat keputusan bersama. Para pegawai di setiap tingkat dalam organisasi harus berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijaksanaan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka dan diberi

[32] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 85-86
[33] R. Wayne Pace and Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), 159-160

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen, dengan tujuan agar mereka turut serta berperan dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.

c. Kejujuran. Suasana umum yang meliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi, agar pegawai mampu berkomunikasi dengan teman sejawat, tanpa memikirkan baik itu atasan ataupun bawahan.
d. Keterbukaan dalam komunikasi kebawah. Komunikasi kebawah adalah komunikasi yang berlangsung dari satuan-satuan organisasi yang ada di bawahnya. Komunikasi ini bisa berupa memo, buku pedoman, perintah, teguran, dan pujian. Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relative mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka.
e. Mendengarkan dalam komunikasi keatas. Anggota di setiap tingkatan dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan anggota di setia tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka. Informasi dari bawahan harus dipandang cukup penting untuk dilaksanakan kecuali ada petunjuk yang berlawanan.
f. Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Anggota di semua tingkatan dalam organisasi harus menunjukkan suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, produktifitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah dan menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Suatu iklim komunikasi berkembang dalam konteks organisasi. Unsur-unsur dasar yang membentuk suatu organisasi dapat diringkaskan menjadi lima kategori besar, yaitu[34]:

a. Anggota organisasi. Di pusat organisasi terdapat orang-orang yang melaksanakan pekerjaan organisasi.
b. Pekerjaan dalam organisasi. Pekerjaan yang dilakukan anggota organisasi terdiri dari tugas-tugas formal dan informal.
c. Praktik-praktik pengelolaan. Tujuan utama pegawai manajerial adalah menyelesaikan pekerjaan melalui usaha orang lainnya.
d. Struktur organisasi. Merujuk kepada hubungan-hubungan antara tugas-tugas yang dilaksanakan oleh anggota-anggota organisasi.
e. Pedoman organisasi. Serangkaian pernyataan yang mempengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan bagi anggota organisasi dalam mengambil keputusan dan tindakan. Pedoman organisasi terdiri atas pernyataan-pernyataan seperti cita-cita, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, dan aturan[35].

b) Dimensi-dimensi iklim komunikasi

Konsep iklim organisasi dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu:

[34] R. Wayne Pace and Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), 159-160
[35] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 149-153

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Responsibility (tanggung jawab). Tanggung jawab adalah kewajiban seseorang untuk melaksanakan fungsi yang ditugaskan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pengarahan yang diterima atau tingkatan sejauh mana anggota organisasi bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dibebankan.
b. Identity (identitas). Perasaan memiliki (*sense of belonging*) terhadap perusahaan dan diterima dalam kelompok.
c. Warmth (kehangatan). Perasaan terhadap suasana krja yang bersahabat dan lebih ditekankan pada kondisi keramahan atau persahabatan.[36]
d. Support (dukungan). Hal-hal yang berkaitan dengan dukungan dan hubungan antar sesame rekan kerja yaitu perasaan saling menolong antara manajer dengan pegawai, lebih ditekankan pada dukungan yang saling membutuhkan antara atasan dan bawahan.[37]
e. Conflict (konflik). Merupakan situasi dimana terjadi pertentangan atau perbedaan pendapat antara bawahan dengan tasan dan bawahan dengan bawahan. Dalam hal ini kedua belah pihak harus bersedia menempatkan masalah secara terbuka dan mencari solusinya daripada menghindarinya.[38]

c) Analisis iklim komunikasi

[36] R. Wayne Pace and Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), 159-160
[37] Ibid., 159-160
[38] Ibid., 159-160

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis iklim organisasi dapat dilakukan melalui metode yang sederhana yaitu mengukur pengaruh komunikasi organisasi yang berkaitan dengan persepsi yaitu reaksi-reaksi perseptual anggota organisasi yang relevan dengan komunikasi organisasinya.

g. Budaya Organisasi

Budaya adalah system makna dan keyakinan bersama yang dianut oleh para anggota organisasi yang menentukan sebagian besar cara mereka bertindak satu terhadap yang lain dan terhadap orang luar. Sedangkan organisasi adalah seperangkat asumsi atau system keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal[39].

Berdasarkan uraian singkat diatas yang berhubungan dengan budaya organisasi, dapat kita gambarkan budaya organisasi sebagai suatu perangkat system nilai-nilai (values) keyakinan-keyakinan (beliefs) atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para naggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasi[40].

2. Komunikasi Koersif

Komunikasi instruktif atau koersif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain yang diiringi dengan ancaman atau sanksi yang memiliki tujuan untuk merubah sikap, opini atau tingkah laku.

[39] Fred Luthans, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 124
[40] Edy Sutrisno, *Budaya Organisasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam suatu organisasi, penggunaan jenis komunikasi ini misalnya dengan memberlakukan peraturan secara tegas. Peraturan tersebut mengandung ancaman atau sanksi yang apabila dilanggar akan menimbulkan akibat tertentu pada pihak pelanggar.

Komunikasi yang bersifat koersif dapat berbentuk perintah, instruksi, dan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sangsi dan lain-lain yang bersifat paksaan, sehingga orang-orang yang dijadikan sasaran (komunikan) melakukannya secara terpaksa, biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat fear arousing, yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan resiko yang buruk, serta tidak luput dari sifat red-herring, yaitu interest atau muatan kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu konflik, perdebatan dengan menepis argumentasi yang lemah kemudian dijadikan untuk menyerang lawan.[41] Bagi seorang diplomat atau tokoh politik teknik tersebut menjadi senjata andalan dan sangat penting untuk mempertahankan diri atau menyerang secara diplomatis.

3. Etika Komunikasi

Etika memainkan peranan penting dalam kehidupan organisasi, baik Publik (pemerintah) maupun swasta. Etika organisasi biasanya tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan organisasi. Kode etik atau yang sejenis tumbuh dari misi, visi, strategi, dan nilai-nilai

[41] Onong Uchjana Effendy , *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi. Kode etik organisasi yang dipikirkan dengan seksama dan efektif berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan setiap keputusan organisasi yang etis dengan menyeimbangkan semua kepentingan yang beragam.

Biasanya etika organisasi dibuat dalam bentuk tata tertib berperilaku atau kode etik tertulis dan dimuat dalam manual kepegawaian atau dipajang pada dinding yang dapat dilihat dengan jelas. Namun, sekadar mencetak dan memajangkannya supaya dilihat semua orang tidaklah cukup. Kode etik atau norma berperilaku haruslah menjadi pedoman dalam praktik aktual setiap kegiatan keseharian organisasi serta didorong penerapannya secara konsisten oleh pimpinan organisasi. Pimpinan harus menunjukkan perilaku yang dapat diteladani. Tidak ada toleransi atas perilaku yang tidak etis dalam organisasi.[42]

Perbuatan tidak etis yang dilakukan oleh pimpinan dapat dipandang sebagai pembolehan untuk melakukan hal yang sama pada karyawan dan staf yang berada dibawahnya. Pimpinan senior perlu menjunjung tinggi standar perilaku yang baik sebelum mereka menuntut hal yang sama kepada bawahan. Pimpinan yang tidak mentoleransi perilaku yang tidak etis di kalangan rekan sejawat dan secara aktif berusaha menjadi model bagi standar kejujuran, keterbukaan, dan keandalan adalah mereka yang menunjukkan komitmen yang tinggi bagi perilaku yang etis. Itu sebabnya,

[42] Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), 129

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat besar manfaatnya bagi setiap organisasi mengumumkan kode etiknya secara terbuka sehingga dapat diketahui oleh setiap orang.[43]

Setiap individu memiliki karakter dan sifat yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Perilaku individu tersebut sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, baik yang timbul dari dalam dirinya maupun karena pengaruh lingkungannya. Pengaruh yang cukup besar yang datang dari dalam individu sendiri antara lain meliputi kemampuan dan kebutuhan individu yang bersangkutan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal lain yang juga cukup berpengaruh dalam diri seseorang adalah keyakinan terhadap sesuatu hal, baik yang bersumber dari nilai-nilai agama maupun budaya, pengalaman, serta harapan yang ingin dicapainya. Karakterisik tersebut akan dibawa oleh individu dalam berinteraksi dengan individu yang lain dalam organisasi atau lingkungannya yang akan memengaruhi perilaku organisasi. Perilaku individu dalam organisasi sangat berpengaruh terhadap upaya mencapai tujuan organisasi. Itu sebabnya, perilaku beragam dari setiap individu harus dipadukan secara integral sesuai dengan tujuan organisasi.[44]

Organisasi memiliki visi, misi, dan tujuan yang diharapkan akan dicapai melalui interaksi dan kerja sama seluruh anggota organisasi.[45] Sebagai anggota organisasi individu dituntut untuk menyesuaikan diri dengan apa yang telah ditetapkan oleh organisasi. Setiap orang dalam organisasi memiliki tugas, tanggung jawab, dan wewenang sesuai dengan

[43] Ibid., 129
[44] Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), 129
[45] Ibid., 129

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peran atau kedudukannya dalam organisasi tersebut. Selain itu, penghargaan yang diberikan oleh organisasi kepada anggotanya juga turut memengaruhi perilaku individu dalam organisasi. Kesemuanya ini disebut sebagai karakteristik organisasi.

Adanya interaksi antara karakteristik individu dengan karakteristik organisasi akan mewujudkan perilaku organisasi[46]. Dengan demikian, dalam suatu organisasi terdapat dua kepribadian, yaitu kepribadian perorangan dan kepribadian organisasi. Gabungan kedua kepribadian tersebut harus saling menunjang untuk mencapai tujuan organisasi. Perilaku organisasi inilah yang kemudian diwujudkan dalam tindakan-tindakan individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya baik di dalam maupun di luar organisasi.

Pola tindakan tersebut secara umum adakalanya dituangkan ke dalam berbagai ketentuan atau aturan yang harus dipatuhi oleh setiap anggota organisasi. Pola perilaku atau tindakan yang telah disepakati bersama oleh setiap anggota organisasi akan mewarnai setiap tindakan individu dalam berinteraksi dengan individu yang lain atau dengan lingkungannya. Pola ini akan dianut oleh anggota individu sehingga menjadi suatu kebiasaan. Pola kebiasaan ini lama kelamaan menjadi suatu budaya dalam organisasi yang akan menjadi ciri khas organisasi bersangkutan.[47]

4. Teori Sistem Dalam Komunikasi Organisasi

[46] Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), 129
[47] Ibid., 129

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teori system memandang organisasi sebagai kaitan bermacam-macam komponen yang saling bergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan organisasi. Setiap bagian memiliki peranan masing-masing dan berhubungan dengan bagian-bagian lain dank arena itu koordinasi penting dalam teori ini[48]. Teori system yang umum mengatakan bahwa organisasi sebagai suatu set bagian-bagian yang kompleks yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuannya[49].

Scott (1961) menyatakan bahwa ”satu-satunya cara yang bermakna untuk mempelajari organisasi adalah sebagai suatu sistem”.[50] Bahwa bagian-bagian penting organisasi sebagai suatu sistem adalah individu dan kepribadian setiap orang dalam organisasi, struktur formal, pola interaksi informal, pola status dan peranan dalam organisasi, dan lingkungan fisik pekerjaan. Konsep sistem berfokus pada pengaturan bagian-bagian, hubungan antar bagian-bagian (devisi-devisi), dan dinamika hubungan yang menumbuhkan kesatuan dalam organisasi atau lembaga.

Teori sistem menyadari bahwa suatu keadaan yang terorganisasikan perlu mengenal berbagai hambatan untuk mengurangi komunikasi acak ke saluran-saluran yang sesuai untuk pencapaian tujuan

[48] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 46-47
[49] Ibid., 47
[50] Deddy Mulyana, M.A, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1998), 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi. Pengembangan organisasi, misalnya, mungkin perlu menciptakan saluran-saluran komunikasi baru[51].

Secara ringkas, Scott (1961) mengatakan bahwa ”organisasi terdiri dari bagian-bagian yang berkomunikasi antara yang satu dengan yang lainnya, menerima pesan-pesan dari dunia luar, dan menyimpan informasi. Fungsi komunikasi bagian-bagian ini sekaligus merupakan konfigurasi yang menggambarkan sistem secara keseluruhan”[52]. Mungkin dapat dikatakan bahwa, dari sudut pandang sistem, komunikasi adalah organisasi.

5. Teori Informasi Organisasi

Teori Informasi Organisasi Berdasakan Penelitian Karl Weick[53]. Merupakan tugas untuk mengelola informasi dalam jumlah besar adalah sebuah tantangan bagi khalayak organisasi. Ketika pilihan-pilihan kita untuk saluran-saluran komunikasi meningkat, jumlah pesan yang kita kirim dan terima, dan juga kecepatan kita mengirim pesan tersebut meningkat pula. Organisasi tidak hanya dihadapkan pada tugas untuk mengartikan pesan yang diterima, tetapi juga menghadapi tantangan untuk menentukan siapa yang harus menerima informasi tersebut demi mencapai tujuan organisasi.

Media baru mampu membuat perusahaan menyelesaikan tujuan mereka dalam berbagai cara yang belum pernah dilihat sebelumnya.

[51] Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1998), 67
[52] Ibid., 67
[53] Karl Weick, *The social Psychology of Organizing*, (McGraw-Hill, 1979), 281

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konferensi video, teleconference, ruang chat, e-mail, dan televisi interaktif memungkinkan orang seperti dominan untuk memberikan kesempatan kepada timnya untuk secara simultan berbagi dan memberikan reaksi terhadap banyak sekali informasi. Tiap tim diberikan kesempatan untuk memutuskan informasi apa yang penting untuk tugasnya atau meminta informasi tambahan yang akan dibutuhkan di masa yang akan datang. Terkadang informasi yang diterima oleh sebuah organisasi bersifat ambigu.

Beberapa ahli komunikasi organisasi menggunakan perumpamaan mengenai system yang hidup untuk menggambarkan suatu organisasi. Sebagaimana sebuah system yang hidup terlibat di dalam sebuah proses aktifitas yang mempertahankan fungsi dan keberadaannya. Sebuah organisasi harus mempunyai prosedur untuk menghadapi semua informasi yang harus dikirim dan diterima dalam mencapai tujuannya. Sama seperti system, organisasi terdiri atas orang dan tim yang saling berhubungan. Mereka bergantung pada satu sama lain untuk memenuhi tujuan mereka.

Karl Weick[54] mengembangkan sebuah pendekatan untuk mengembangkan proses dimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima. Alih-alih memfokuskan perhatiannya pada struktur organisasi dalam hal peranan dan aturan yang mengarahkan para anggota organisasi. Weick menekankan pada proses mengorganisasikan. Dengan demikian, focus utamanya adalah pada

[54] Karl Weick, *The social Psychology of Organizing*, (McGraw-Hill, 1979), 281

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertukaran informasi yang terjadi didalam organisasi dan bagaimana anggota mengambil langkah untuk memahami hal ini. Weick (1995) percaya bahwa "organisasi berbicara dengan dirinya sendiri"[55]. Maksud dari pernyataan ini adalah anggota-anggota organisasi adalah pentiung dalam penciptaan dan pemeliharaan makna pesan. Weick melihat organisasi sebagai sebuah system yang mengambil sebuah informasi yang membingungkan atau ambigu dari lingkungannya dan membuat informasi tersebut menjadi masuk akal. Oleh karenannya, menurut teori informasi organisasi, organisasi akan berevolusi selama mereka berusaha untuk memahami diri mereka dan lingkungannya. Daripada memfokuskan pada peranan Satu-satunya yang konstan adalah Perubahan (dalam organisasi) Weick pertama kali memperkenalkan pendekatan teoritis yang menjelaskan bagaimana organisasi memahami dan menggunakan informasi, dalam bukunya *The social Psychology of Organizing*.

Teorinya berfokus pada proses yang dilalui organisasi dalam usaha untuk memahami semua informasi yang membombardir tiap harinya. Seringkali prosesnya menimbulkan perubahan padao rganisasi dan anggota-anggotanya. Bahkan weick mengatakan "organisasi dan lingkungan mereka berubah dengan cepatnya sehingga tidak realistis untuk menunjukan seperti apa mereka saat ini, karena mereka tidak akan tetap seperti itu nantinya"[56]. Focus dari teori informasi organisasi adalah pengkomunikasian informasi yang penting bagi suksesnya sebuah

[55] Karl Weick, *The social Psychology of Organizing*, (McGraw-Hill, 1979), 281
[56] Ibid., 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi. Sangat jarang seseorang atau suatu departemen dalam sebuah organisasi mempunyai semua informasi penting dalam menyelesaikan suatu proyek. Pengetahuan ini biasanya berasal dari berbagai sumber akan tetapi, tugas pemrosesan informasi tidak dilaksanakan hanya dengan melalui teori informasi, bagian tersulit adalah dalam mengartikan dan mendistribusikan informasi yang didapat.[57]

[57] Karl Weick, *The social Psychology of Organizing*, (McGraw-Hill, 1979), 281

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id