
GAYA KOMUNIKASI YANG EFEKTIF PADA LINGKUNGAN ORGANISASI PUBLIK

Oleh
Olivia Tahalele
Universitas Pattimura Indonesia
E-mail: Olivia.tahalele@fisip.unpatti.ac.id

Article History:

Received: 02-06-2022

Revised: 12-06-2022

Accepted: 24-07-2022

Keywords:

Communication style,
organizational environment,
communication effectiveness,
service diversity

Abstract: *Different communication styles in the organizational environment can hinder the quality of public service performance. The diversity of services that must be provided by office employees at the Faculty of Social and Political Sciences, Pattimura University from students, lecturers, education staff forms a variety of communication patterns. The research method used in this research is descriptive quantitative by distributing question sheets to students and lecturers to measure effective communication style. Research findings related to (1). employee effectiveness (Y) 0.691, (2). The organizational communication dimension (Y) is 0.721. (3). The Effectiveness of Employee Work Communication (Y) is 0.704 (70.4%). So it can be concluded that the maximum embodiment of Organizational Communication Effectiveness is at the Faculty of Social and Political Sciences, Pattimura University.*

PENDAHULUAN

Komunikasi terlambat, arus informasipun tersendat, dan akhirnya tentu akan membuat suatu pekerjaan organisasi juga terlambat diselesaikan. Dalam konteks organisasi, arus komunikasi antara atasan, bawahan, dan sesama rekan sekerja bahkan dengan pihak lain yang terkait dalam kegiatan suatu pekerjaan akan sangat berdampak pada kinerja semua unsur yang ada dilingkungan dunia kerja tersebut. Oleh karena itu, siapapun yang memasuki dunia kerja (organisasi) harus menyadari dan memahami pentingnya komunikasi secara efektif dalam menjalin hubungan yang sehat di lingkungan tempatnya beraktivitas (Lestari dan Maliki, 2003)

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam setiap organisasi publik, karena komunikasi berhubungan dengan arus informasi, instruksi, saran, dan berbagai bentuk komunikasi lainnya yang saling terkait dan menunjang yang efektif dalam suatu organisasi diberikan kepada tenaga kerja secara keseluruhan baik tenaga kerja baru maupun tenaga kerja lama dan mempekerjakan mereka sedemikian rupa sehingga diperoleh atau dicapai hasil dan pelayanan yang sebesar-besarnya baik mengenai mutu maupun mengenai jumlah yang dapat memenuhi kebutuhan kerja yang diinginkan. Arus informasi tersebut banyak dibutuhkan, bukan hanya dibutuhkan oleh publik, melainkan juga dibutuhkan oleh organisasi publik. Komunikasi merupakan urat nadi pelaksanaan aktivitas organisasi publik. Komunikasi yang efektif dibutuhkan oleh organisasi publik

karena komunikasi efektif akan membantu organisasi publik untuk menghasilkan kinerja yang lebih optimal (Priasna, 2018). Mengkomunikasikan cara mengorganisasikan dan memperlakukan orang-orang yang bekerja, sedemikian rupa sehingga mereka masing-masing akan memperoleh hasil yang sebesar-besarnya dari kemampuannya. Jadi memperoleh efektivitas kerja yang maksimal untuk diri sendiri dan untuk kelompoknya, disamping juga untuk organisasinya dimana mereka merupakan bagian dalam menentukan kemajuan dan hasil-hasil yang optimal.

Efektivitas kerja pegawai merupakan aspek penting yang harus mampu ditingkatkan secara baik dan optimal pada setiap organisasi. Tinggi atau rendahnya tingkat efektivitas kerja yang dimiliki menjadi ukuran yang menunjukkan tingkat keberhasilan yang dicapai pada setiap organisasi. Suatu organisasi yang berhasil dapat dilihat dari sejauhmana organisasi tersebut dapat meningkatkan efektivitas kerjanya mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Tangkilisan, 2005: 138). Efektivitas kerja menunjukkan kemampuan para pegawai suatu organisasi dalam mencapai sasaran – sasaran (hasil akhir) yang telah ditetapkan secara tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan dan ukuran maupun standar yang berlaku mencerminkan suatu organisasi tersebut telah memperhatikan efektivitas operasionalnya (Amrullah & Budiyo, 2004).

Sebagai salah satu organisasi yang bergerak dalam dunia pendidikan tinggi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura tentu mengharapkan komunikasi organisasi yang dapat mewujudkan jalinan hubungan dan kerjasama secara harmonis, serasi dan efektif antara atasan dan bawahan yang berlangsung terus-menerus dalam organisasi sebagai faktor penentu bagi para pegawai dalam menjalankan tugas dan fungsi dalam organisasi secara baik dan efektif. Melalui komunikasi organisasi yang efektif, atasan dapat mengetahui, dan memahami pesan (informasi), yang diperoleh, sehingga menumbuhkan keyakinan, kepercayaan, membentuk pendapat, sikap dan perilaku yang diharapkan dalam mencapai prestasi kerja yang diinginkan ditandai dengan tingginya tingkat efektivitas pada organisasi atau lembaga pendidikan tinggi ini. Penting bagi atasan untuk mengusahakan terciptanya komunikasi yang efektif dalam organisasi, baik secara vertical kebawah, keatas, horizontal, dan diagonal. Sebab dengan efektifnya dimensi – dimensi komunikasi dalam organisasi tersebut, dan didukung oleh faktor – faktor pendukungnya, komunikasi organisasi yang efektif dapat memotivasi kerja para bawahan meningkatkan tingkat efektivitas kerja yang optimal bagi kemajuan organisasi. Menurut Cultip dan Center (2005), faktor – faktor yang mendukung atau menyebabkan komunikasi organisasi menjadi efektif, yakni: kepercayaan, pertalian hubungan, kepuasan, kejelasan, kesinambungan dan konsistensi, kemampuan fisik penerima berita, dan saluran pengiriman berita.

Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan dialog yang berkesinambungan, komunikasi yang memiliki feedback atau timbal balik. Dalam Komunikasi pemasaran terdapat istilah dalam dunia bisnis yaitu bauran pemasaran, salah satunya yaitu promosi. Tujuan utama dari promosi ialah agar apa yang di pasarkan dapat di kenal orang banyak. Produk yang telah dikenal luas akan meningkatkan hasil penjualan dan hal yang paling utama dalam promosi yaitu membuat pesan bujukan yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Strategi ampuh dalam pemasaran yaitu dengan menyuguhkan pesan efektif yang juga berisi

penyampaian dari tujuan promosi itu sendiri. (Ambar, 2017)

Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Cook & Hunsaker (2001), bertujuan untuk meningkatkan koordinasi, berbagi informasi dan pemuas kebutuhan sosial. Dengan demikian komunikasi dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi apabila komunikasi dalam organisasi berjalan secara efektif dan efisien. Komunikasi yang terjadi di dalam organisasi jelasnya bahwa disebut komunikasi organisasi. Price (2005) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai derajat atau tingkat informasi tentang pekerjaan yang dikirimkan organisasi untuk anggota dan diantara anggota organisasi. Tujuan komunikasi dalam organisasi adalah untuk membentuk saling pengertian (*mutual understanding*) sehingga terjadi kesetaraan kerangka referensi (*frame of references*) dan kesamaan pengalaman (*field of experience*) diantara anggota organisasi. Komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi yaitu pertama komunikasi antara atasan kepada bawahan, kedua antara personil yang satu dengan personil yang lain, ketiga adalah antara personil kepada atasan (Wahyuni, 2009).

Komunikasi dalam organisasi menurut Handoko (1998) merupakan suatu proses melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dapat dicapai. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam organisasi adalah suatu proses menyampaikan berbagai informasi kerja pada satu orang atau lebih secara formal di dalam lingkup organisasi maupun ke luar organisasi untuk dapat dipahami dan dimengerti sehingga dapat terlaksana fungsi-fungsi manajemen mencapai tujuan organisasi. Proses komunikasi memungkinkan manajer untuk melaksanakan tugas-tugas di dalam organisasi. Informasi harus disampaikan kepada manajer agar mempunyai dasar dalam perencanaan, rencana harus dikomunikasikan agar dapat dipahami staf, Pengorganisasian memerlukan komunikasi dengan staf tentang penugasan jabatan. Pengarahan mengharuskan manajer berkomunikasi dengan staf agar tujuan kelompok dapat dicapai (USU, 2010).

Proses komunikasi terbagi atas 3 bagian yang meliputi pengirim, pesan, dan penerima pesan. Suasana internal dan eksternal dapat mempengaruhi pengirim dan penerima pesan. Suasana internal meliputi nilai, perasaan, temperamen, dan tingkat stress pengirim dan penerima, sedangkan suasana eksternal meliputi kondisi cuaca, suhu, penempatan waktu, dan suasana organisasi itu sendiri. Baik pengirim maupun penerima pesan (Marquis dan Huston, 2003). Evaluasi sangat perlu dilakukan oleh organisasi (Wance, 2019).

Proses mengelola aktivitas kerja organisasi, perlakuan komunikasi dalam kalangan anggota kerja dikatakan sebagai salah satu unsur penyumbang penting kepada proses pencapaian efektivitas organisasi dan produktivitas kerja (Franks dan Brownell, 1989). Kenyataan ini selaras dengan peranan komunikasi yang diutarakan oleh De Ridder (2006), bahwa komunikasi organisasi mempunyai dua tujuan. Pertama, adalah untuk memberitahukan (*communicatio*) berita mengenai tugas dan tanggungjawab, dasar-dasar organisasi dan isu-isu organisasi yang berkaitan kepada anggota kerja. Kedua, komunikasi (*communicare*) bertujuan untuk mewujudkan sebuah komunitas organisasi atau menerapkan semangat kerja kumpulan pada organisasi. Pemerintah dituntut untuk bertanggung jawab secara etik sesuai dengan prinsip-prinsip pelayanan publik (Herizal, Mukhrijal, Wance, 2020). Masyarakat membutuhkan pelayanan yang efektif (Wance, 2022). Performan pelayanan publik sangat perlu dalam pelayanan public (Selanno, Wance, 2021).

Koontz dan Wiehrich (1991) menegaskan bahwa komunikasi diperlukan untuk menetap dan menyebarkan berita suatu organisasi. Bagi tujuan tersebut komunikasi berperan untuk menyusun rancangan kerja untuk mencapai tujuan tersebut. Begitu juga dengan mengembangkan sumber daya manusia dan sumber lain dalam cara yang paling tepat. Komunikasi juga digunakan dalam proses memilih, membentuk, dan menilai anggota kerja suatu organisasi. Dalam proses pengelolaan kerja komunikasi berperan untuk memimpin, mengarah, mendorong, dan mencipta iklim yang akan mencetuskan keinginan usaha anggota kerja untuk menyumbang.

Kepentingan komunikasi dalam pengurusan organisasi memang sesuatu yang sukar dihindari. Kajian Mintzberg (1973) dalam Saputra (2000:) menunjukkan 80 persen masa yang digunakan oleh para pengurus adalah untuk berinteraksi dengan orang lain secara bersamaan, merangkumi interaksi dengan subordinat, rakan sekerja, personil atasan, pelanggan dan perlengkapan. Kajian-kajian lain juga (lihat, Frank & Brownwell, 1989; Schnake, Dumler, Cochran & Barnett, 1990; Pace & Faules, 1994; dan Apker, Ford & Fox, 2003) menunjukkan bahwa ketua atau pengurus organisasi menggunakan masa kerja antara 50 persen hingga 90 persen untuk berkomunikasi dengan subordinat mereka. Aktivitas berkomunikasi ini dilakukan adalah bertujuan untuk mengerakkan anggota kerja ke arah pencapaian tujuan organisasi ataupun tujuan pribadi. Dalam usaha tersebut, kaedah yang sering digunakan adalah melalui proses interaksi di peringkat itu, kumpulan dan organisasi. Dengan demikian karakteristik interaksi yang diamalkan oleh anggota kerja organisasi akan memberi impak kepada iklim komunikasi.

Iklim Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi memiliki iklim yang harus mendapatkan perhatian agar dapat diciptakan dengan baik dan optimal. Kebanyakan sarjana komunikasi berpendapat bahwa iklim komunikasi yang diamalkan berhasil dari pada karakteristik interaksi yang tercipta dalam proses pengelolaan kerja (Frank & Brownwell, 1989; Pace & Faules, 1994, dan Apker, Ford & Fox, 2003). Justru, iklim komunikasi yang terhasil daripada proses interaksi anggota kerja akan menjadi pamacu kepada usaha meningkatkan kecekapan dan keberkesanan organisasi (Euske dan Roberts, 1987). Menurut Pace dan Faules (1994), iklim komunikasi yang terhasil daripada proses interaksi ini yang mengesahkan kewujudan tahap kepercayaan, kesokongan, keterbukaan, perundingan, keprihatinan dan ketelusan, tahap penglibatan dalam proses membuat keputusan dan harapan terhadap pencapaian tujuan kerja yang tinggi.

Menurut Gibbs (1961) iklim komunikasi yang diamalkan bergantung daripada karakteristik perlakuan interaksi. Iklim komunikasi menyangga di cirikan dengan karakteristik perlakuan interaksi dalam kalangan anggota kerja yang bersifat terbuka, spontan, berorientasi masalah, deskriptif, empati, saksama dan profesionalisme. Manakala iklim komunikasi defensif pula dicirikan dengan perlakuan interaksi bersifat tertutup, penilaian, kawalan, berancang, berkecuali, unggul diri (*superiority*) dan kepastian. Karakteristik-karakteristik perlakuan interaksi ini bergantung kepada tingkat keterbukaan terhadap pengertian bersama dan tahap kesokongan dalam interaksi yang akhirnya memberi kesan pada iklim komunikasi yang diamalkan (Robertson, 2003). Frantz (1988) mengutarakan bahwa iklim komunikasi adalah salah satu unsur organisasi yang menyumbang kepada produktivitas, dan akan juga menentukan tahap "usaha" atau

dorongan kepada seseorang anggota kerja.

Seterusnya, kebanyakan sarjana ingin melihat hubungan antara pelbagai dimensi komunikasi yang dikatakan memberi pengaruh kepada iklim komunikasi yang diamalkan (Jablin,1987). Bermula dengan kajian oleh Peterson dan Pace (1976), mendapati enam dimensi komunikasi yang memberi kesan terhadap iklim komunikasi, yaitu kepercayaan, penglibatan dalam proses membuat keputusan, kesokongan dalam komunikasi, keterbukaan komunikasi ke bawah, kecermatan komunikasi ke atas dan kehendak pada pencapaian efektivitas kerja yang tinggi.

Mengikut Muchinsky (1977) semakin positif persepsi anggota kerja terhadap kondisi lingkungan, dan identifikasi terhadap organisasi mereka, maka itu akan mengarah kepada iklim komunikasi yang mendukung. Menurut Sutcliffe (2001) permasalahan yang kompleks dan perubahan-perubahan yang sukar diramal akan membentuk ketidakpastian kepada organisasi dan anggota kerjanya. Persoalan ini akan dapat membantu penyelidik untuk mengenal pasti sama ada pemerosesan maklumat permasalahan akan memberi kesan pada corak interaksi dalam kalangan anggota kerja. Begitu juga dengan dimensi identifikasi organisasi adalah salah satu dimensi penting yang memberi kesan pada iklim komunikasi yang diamalkan. Mengikut Ashforth dan Mael (1989) anggota kerja yang mempunyai tahap identifikasi yang tinggi dengan organisasi kerjanya akan menunjukkan sikap yang lebih menyangga dan sentiasa ingin melaksanakan kerja yang sesuai dengan objektif organisasi (Simon,1982).

Prinsip Komunikasi Organisasi Yang Efektif

Prinsip dasar yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi pada suatu organisasi (organisasi publik), oleh Cultip dan Center (2005) yang pendapat mereka dikutip Saputra (2000), terdiri dari: *Respect, Empatthy, Audible, Clarity, Humbel (REACH)*. Pada dasarnya, komunikasi adalah upaya meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, atau respon positif.

Faktor – Faktor Penyebab Komunikasi Organisasi Yang Efektif

Komunikasi organisasi yang efektif dapat diperoleh, karena beberapa faktor dapat menjadi penyebabnya.Cultip dan Center (2005) menyatakan bahwa faktor – faktor yang menyebabkan komunikasi efektif terdiri atas tujuh faktor atau yang disebut dengan *the sevences Communicstion*.Ketujuh faktor tersebut diuraikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Faktor – Faktor Penyebab Komunikasi Organisasi Efektif

| No | Faktor | Penjelasan |
|----|---------------------------------|---|
| 1 | Kepercayaan (Credibility) | Dalam Komunikasi antara komunkator dan komunikan harus saling memercayai. Jika tidak ada unsur saling memercayai, komunikasi tidak akan berhasil atau menghambat komunikasi. |
| 2 | Perhubungan Pertalian (Context) | Keberhasilan komunikasi berhubungan erat dengan situasi atau kondisi lingkungan ketika komunikasi berlangsung. Misalnya, situasi atau keadaan yang sedang kacau akan terhambat sehingga tidak berhasil. |
| 3 | Kepuasan (Content) | Komunikasi harus dapat menimbulkan rasa kepuasan. Kepuasan tersebut akan tercapau apabila berita dapat dimengerti oleh pihak |

| | | |
|---|--|--|
| | | komunikasikan dan sebaliknya, pihak komunikasikan memberikan reaksi atau respon kepada pihak komunikasikan. |
| 4 | Kejelasan (Clarity) | Kejelasan yang dimaksud meliputi isi berita, kejelasan akan tujuan yang hendak dicapai, dan kejelasan istilah – istilah yang dipergunakan dalam pengoperan lambang. |
| 5 | Kesinambungan Dan Konsistensi (Capability and Consistency) | Komunikasi harus dilakukan terus – menerus dan informasi yang disampaikan jangan bertentangan dengan informasi yang terdahulu. |
| 6 | Kemampuan Fisik Penerima Berita (Capability of Audience) | Pengiriman berita harus disesuaikan dengan kemampuan dan pengetahuan pihak penerima berita, jangan mempergunakan istilah – istilah yang kemungkinan tidak dimengerti oleh pihak penerima berita. |
| 7 | Saluran Pengiriman Berita (Channels of Distribution) | Agar komunikasi berhasil, hendaknya dipakai saluran – saluran komunikasi yang sudah biasa dipergunakan dan sudah dikenal oleh umum. Saluran komunikasi yang sering dipergunakan bisa melalui radio, televisi, dan telepon. |

Hambatan Komunikasi Organisasi

Komunikasi tidak selamanya berjalan lancar seperti yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat menjadi penghambat atau penghalang dalam komunikasi. Hal ini dapat pula terjadi pada komunikasi yang bersifat kompleks, seperti komunikasi dalam organisasi. Purwanto (2006) mengatakan bahwa komunikasi tidak efektif disebabkan oleh adanya kesalahan dalam berkomunikasi. Kesalahpahaman tersebut menandakan adanya sesuatu yang mengganggu, baik dari penyampaian pesan, maupun semua unsur komunikasi.

Penyebab komunikasi tidak efektif, antara lain: a) Masalah dalam mengembangkan pesan, b) Masalah dalam menyampaikan pesan, c) Masalah dalam Menerima Pesan, dan d) Masalah dalam Menafsirkan Pesan. Cangara (2004) menyatakan tujuh macam gangguan yang timbul dalam proses komunikasi. Ketujuh macam gangguan dalam proses komunikasi tersebut, terdiri dari: a) gangguan teknis, b) gangguan semantic, c) gangguan psikologis, d) rintangan fisik atau organik, e) rintangan status, f) rintangan kerangka pikir, g) rintangan budaya.

Cara mengatasi hambatan dalam komunikasi

Bovee dan Thill (2007) memberikan tujuh cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam komunikasi. Ketujuh cara tersebut: a) memelihara iklim komunikasi terbuka, b) memegang teguh etika berkomunikasi, c) memahami kesulitan komunikasi antarbudaya, d) menggunakan pendekatan berkomunikasi yang berpusat pada penerima, e) menggunakan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab, serta f) menciptakan dan memproses pesan secara efektif dan efisien, yang dilakukan dengan cara: 1) memahami penerima pesan, 2) menyesuaikan pesan dengan penerima, 3) mengembangkan dan

menghubungkan gagasan, 4) mengurangi jumlah pesan, 5) memilih saluran atau media yang tepat, serta 6) meningkatkan ketrampilan berkomunikasi

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Karena itu metode ini digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan kajian yang lebih komprehensif. Menurut Sugiono (2010:), Metode kualitatif adalah metode penelitian yang mengacu pada filsafat positivisme dan di gunakan untuk meneliti di kondisi yang alami, dimana peneliti menjadi kunci. (Sugiyono, 2001) Lokasi tempat dilakukan penelitian adalah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura, yang dilandasi oleh masalah yang terjadi dan tercermin dari gejala-gejala yang ditemukan berdasarkan pengamatan awal (pra penelitian) .menjadi pertimbangan dalam menetapkannya sebagai lokasi penelitian yang ditindaklanjuti keberlangsungan penelitian, yakni dari awal sampai akhir penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin baik hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya (Sujana, 2004). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Ridwan, 2007). Demikian populasi dalam penelitian ini, adalah Tenaga Pendidik dan Kependidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura. Pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling*, yakni dari tenaga pendidik yang berjumlah 86 orang, diambil sampel secara purposive sebanyak 18 orang, sementara dari tenaga kependidikan yang berjumlah 13 orang diambil 7 orang sebagai sampel. Dengan demikian jumlah sampel penelitian sebesar 25 orang yang dijadikan sebagai responden sebagaimana terlihat secara jelas pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 1. Populasi dan Sampel

| No. | Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pattimura | | | | |
|-------------------------------|--|----------|----------|---------------------------|---------------------------------|
| | Populasi | | Sampel | Teknik Pengambilan | |
| 1. | Tenaga Pendidik | 86 Orang | 18 Orang | <i>Purposive Sampling</i> | <i>Non Probability Sampling</i> |
| 2. | Tenaga Kependidikan | 13 Orang | 7 Orang | | |
| Jumlah Sampel 25 Orang | | | | | |

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ialah data primer dan data sekunder, antara lain:

1. Data primer yang digunakan di peroleh dari responden melalui penelitian lapangan termasuk hasil pengamatan penelitian yang dilakukan. Responden memberikan data dan informasi berdasarkan instrument yang digunakan dalam menjaring data dan informasi dalam memacu komunikasi tenaga pendidik dan kependidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

2. Data sekunder yang digunakan dalam mendukung data primer dari penelitian yang dilakukan, diperoleh melalui penelusuran kepustakaan, dokumentasi yang terkait dalam memacu komunikasi tenaga pendidik dan kependidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang akan terkumpul dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berhubungan dengan fokus penelitian yang diteliti (Nasir, 2003). Sehubungan dengan teknik pengumpulan data dan wujud data yang akan dikumpulkan, maka dalam rangka mengumpulkan data dalam penelitian ini digunakan dua teknik utama, yaitu:

1. Studi kepustakaan untuk memperoleh keterangan ilmiah dari buku-buku, dokumen, jurnal dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Studi Lapangan, yang dilakukan secara langsung ke lapangan untuk melakukan observasi langsung dan wawancara terstruktur dengan menggunakan kuesioner yang berisikan sejumlah pertanyaan dalam memacu komunikasi tenaga pendidik dan kependidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial sebagai media promosi memiliki peran dan impact yang cukup efektif untuk menarik minat dan perhatian konsumen. Namun keefektivitasan itu didasari dengan konten dan postingan yang memiliki isi dari tujuan pemasaran dan berisi kalimat yang meyakinkan konsumen. Media sosial memiliki keunggulan di segi jangkauan dan penggunaan yang cukup mudah di mengerti. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan manusia, jadi dengan media sosial pemasaran dari sebuah produk dapat lebih mudah untuk dilihat dan ditemukan oleh konsumen.

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, menunjukkan bahwa Faktor Kepercayaan, mendapat dukungan tanggapan responden (SS dan S), yakni sebesar 76% yang menyatakan Atasan dan Bawahanyakin kekuatan komunikasi formal yang dibangun dan yang menyatakan saling mempercayai informasi yang diberikan atas kebenaran sebesar 62%. Capaian Rata-rata (C_{Rf}) Faktor Kepercayaan sebesar 69% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Faktor Perhubungan Pertalian, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan memacu kominikasi formal tanpa pertimbangan hubungan pertalian sebesar 84%, dan yang menyatakan adanya hubungan pertalian melemahkan ketegasan dalam memberikan informasi yang tepat sebesar 76%. Capaian Rata-rata (C_{Rf}) Faktor Perhubungan Pertalian sebesar 80% berada pada rentang 61 – 80% (Kuat).

Faktor Kepuasan, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan mengutamakan kepuasan dalam berkomunikasi secara formal sebesar 52%, dan yang menyatakan setiap informasi yang diberikan dan diterima dengan benar dan

mendatangkan kepuasan sebesar 64%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Faktor Kepuasan sebesar 58% berada dalam rentang 41 – 60% (Cukup).

Faktor Kejelasan, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan mewujudkan kejelasan dalam komunikasi formal sebesar 76% dan yang menyatakan setiap informasi disampaikan dengan jelas sesuai kenyataan sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Faktor Kejelasan sebesar 80% berada pada rentang 61 – 80% (Kuat).

Faktor Kesenambungan dan Konsistensi, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan melakukan komunikasi formal secara berkesinambungan sebesar 52% dan yang menyatakan Tetap konsisten dan tidak ada kerancuan dalam memberikan informasi yang penting sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Faktor Kesenambungan dan Konsistensi sebesar 66% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Faktor Kemampuan Fisik Penerima Berita, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan mampu mengakses dan menerima informasi atau berita disetiap pertemuan formal dalam waktu yang lama sebesar 84%, dan yang menyatakan setiap informasi atau berita yang diterima disaring secara selektif dan disampaikan dan diselesaikan dengan baik sebesar 76%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Faktor Kemampuan Fisik Penerima Berita sebesar 80% berada pada rentang 61 – 80% (Kuat).

Faktor Saluran Pengiriman Berita, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan Atasan dan Bawahan membangun komunikasi formal melalui saluran pengiriman informasi atau berita yang disediakan sebesar 62%, dan yang menyatakan adanya konektivitas yang tinggi melalui saluran pengiriman informasi atau berita yang digunakan sebesar 52%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Faktor Saluran Pengiriman Berita sebesar 57% berada dalam rentang 41 – 60% (Cukup).

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura

Sesuai hasil pengolahan data di atas, tampaknya Dimensi Komunikasi Vertikal Kebawah mendapat dukungan tanggapan responden (SS dan S) terhadap Pemberian Perintah, yang menyatakan Atasan memberikan perintah kepada bawahan sesuai dengan ketentuan sebesar 52%, dan yang menyatakan perintah yang ditujukan terkait dengan tugas-tugas yang diembankan sebesar 64%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Pemberian Perintah sebesar 58% berada dalam rentang 41 – 60% (Cukup).

Instruksi dan Petunjuk, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 80% yang menyatakan Atasan menginstruksikan setiap kebijakan yang terkait dengan tugas-tugas yang dilaksanakan oleh Bawahan, dan yang menyatakan Setiap tugas yang dijalankan sesuai dengan petunjuk teknis dan petunjuk pelaksanaannya sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Instruksi dan Petunjuk sebesar 82% berada dalam rentang 81 – 100% (Sangat Kuat).

Informasi/ Pengarahan, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 72% yang menyatakan Atasan memberikan informasi penting dan mendesak bagi setiap Bawahan, dan yang menyatakan memberikan pengarahan yang positif dan memotivasi setiap bawahan dalam pelaksanaan tugas juga sebesar 72%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Informasi/ Pengarahan sebesar 72% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Pemberian Teguran, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 64% yang menyatakan Atasan memberikan teguran kepada bawahan secara bijaksana, dan yang

menyatakan teguran yang diberikan disadari diterima oleh bawahan sebagai konsekuensi tugas sebesar 56%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Pemberian Teguran sebesar 60% berada pada rentang 41 – 60% (Cukup).

Pemberian Penjelasan, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 84% yang menyatakan Atasan memberikan penjelasan kepada bawahan secara terperinci menyangkut hal-hal yang baru, dan yang menyatakan Setiap perkembangan informasi yang diterima, dijelaskan dan diikuti dengan baik sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Pemberian Penjelasan sebesar 82% berada dalam rentang 81 – 100% (Sangat Kuat).

Kemudian Dimensi Komunikasi Vertikal Ke atas, mendapat dukungan tanggapan responden terhadap Penyampaian Laporan sebesar 76% yang menyatakan Laporan kerja disampaikan kepada Atasan tepat waktu, dan yang menyatakan Laporan kerja yang disampaikan memenuhi ketentuan sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Laporan sebesar 80% berada pada rentang 61 – 80% (Kuat).

Penyampaian Usulan mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 52% yang menyatakan setiap usulan disampaikan secara langsung kepada Atasan, dan yang menyatakan usulan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan tugas pekerjaan sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Usulan sebesar 66% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Penyampaian Saran, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 84% yang menyatakan setiap saran terkait dengan tugas pekerjaan disampaikan secara etis kepada Atasan, dan yang menyatakan saran yang disampaikan mendapat pertimbangan tertentu sebesar 72%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Saran sebesar 78% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Penyampaian Keluhan, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 52% yang menyatakan setiap keluhan terkait tugas pekerjaan disampaikan dengan baik kepada Atasan, dan yang menyatakan Keluhan yang disampaikan mendapat respon yang baik sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Keluhan sebesar 66% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Penyampaian Gagasan dan Pendapat, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 84% yang menyatakan setiap gagasan disampaikan secara jelas kepada Atasan, dan yang menyatakan setiap pendapat disampaikan dan mendapat pertimbangan dalam penerimaannya untuk disikapi sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Gagasan dan Pendapat sebesar 86% berada dalam rentang 81 – 100% (Sangat Kuat).

Lebih lanjut Dimensi Komunikasi Horizontal, mendapat dukungan tanggapan responden terhadap Penyampaian Informasi Tertulis sebesar 80% yang menyatakan setiap informasi tertulis disampaikan dengan baik sesuai jajarannya, dan yang menyatakan Informasi tertulis yang disampaikan jelas dan terperinci sebesar 52%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Informasi Tertulis sebesar 66% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Penyampaian Informasi Lisan, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 72% setiap informasi lisan disampaikan secara jelas dan tepat, dan yang menyatakan informasi lisan yang disampaikan dapat diterima dan ditindak lanjuti sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Penyampaian Informasi Lisan sebesar 78% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Surat Tembusan, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 84% yang menyatakan surat tembusan yang disampaikan sesuai dengan tujuannya, dan yang menyatakan

Tembusan diterima, diketahui dan ditindaklanjuti juga sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Surat Tembusan sebesar 84% berada dalam rentang 81 – 100% (Sangat Kuat).

Rapat Koordinasi, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 64% yang menyatakan rapat koordinasi dilakukan sesuai jajarannya, dan yang menyatakan rapat koordinasi berlangsung secara efektif sebesar 56%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Rapat Koordinasi sebesar 58% berada dalam rentang 41 – 60% (Cukup).

Konversi dan Penentuan Prioritas Peningkatan

Terkait dengan saduran dan interpretasi serta hubungan antarvariabel di atas, maka pentingnya penentuan prioritas peningkatan dalam mewujudkan efektivitas komunikasi organisasi secara optimal. Berikut ini akan dilakukan konversi dan penentuan prioritas peningkatan dari Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) melalui konversi akumulasi persentase (A_p) dan persentase dari skor hubungan (P_{Sch}) sebagaimana tergambar dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Konversi dan Penentuan Prioritas Peningkatan

| Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura | | | | |
|--|---------------------|-----------------------------|------------------|------------------|
| Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) | | | | |
| Besaran | | Keputusan | ISP | Prioritas |
| A_p | P_{Sch} | | | |
| 69% | 33,46% | Dapat Dilakukan Peningkatan | 0,691 | I |
| Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) | | | | |
| Besaran | | Keputusan | ISP | Prioritas |
| A_p | P_{Sch} | | | |
| 72% | 53,30% | Dapat Dilakukan Peningkatan | 0,721 | III |
| Efektivitas Kerja Pegawai (Y) | | | | |
| Besaran | | Keputusan | ISP | Prioritas |
| A_p | P_{Sch} | | | |
| 70% | 59,07% | Dapat Dilakukan Peningkatan | 0,702 | II |
| Besaran | | Keputusan | Kontribusi | Intervensi |
| $A_p C_{Rr}$ | $P_{Sch} : C_{RrH}$ | | ISP | Faktor Lain |
| 70,33% | 57,84% | Tindak Lanjut | 0,704 (70,4%) | 0,296 (29,6%) |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2020)

Mengacu pada hasil konversi dan penentuan prioritas diatas, menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura menyangkut Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dengan besaran A_p 69% dan besaran P_{Sch} 33,46% berhubungan dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) dapat dilakukan peningkatan dengan ISP 0,691 sebagai prioritas I.

Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) dengan besaran A_p 72% dan besaran P_{Sch} 53,30% berhubungan dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) dapat dilakukan peningkatan dengan ISP 0,721 sebagai prioritas III Efektivitas Kerja Pegawai (Y) dengan besaran A_p 70% besaran P_{Sch} 59,07% bergantung pada hubungan Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dengan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) dan dapat dilakukan peningkatan dengan ISP 0,702 sebagai prioritas II.

Sementara besaran $A_{pC_{Rr}}$ 70,33% dan $P_{Sch:C_{RH}}$ 57,84% menentukan Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) melalui Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) berhubungan dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) dengan ISP 0,704 (70,4%) sebagai tindak lanjut peningkatan dengan mempertimbangkan intervensi faktor-faktor lain di luar model penelitian 0,296 (29,6%) yang berhubungan dengan Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

KESIMPULAN

Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura dalam hubungan antarvariabel membuktikan bahwa:

1. Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) berhubungan dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) 0,691 berdasarkan ISP dapat dilakukan peningkatan sebagai prioritas I dalam lingkup univariat dengan titik angka keseimbangan 1.
2. Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) berhubungan dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) sebesar 0,721 berdasarkan ISP dapat dilakukan peningkatan sebagai prioritas III dalam lingkup univariat dengan titik angka keseimbangan 1.
3. Efektivitas Kerja Pegawai (Y) bergantung pada hubungan Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dengan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) sebesar 0,702 berdasarkan ISP sebagai prioritas II dan dapat dilakukan peningkatan dengan ISP dengan titik angka keseimbangan 2
4. Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) berhubungan melalui Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) yang berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja Pegawai (Y) sebesar 0,704 (70,4%) berdasarkan ISP sebagai tindak lanjut peningkatan dengan mempertimbangkan intervensi faktor-faktor lain di luar model penelitian univariat sebesar 0,296 (29,6%).

Temuan penelitian ini secara univariat memberikan peluang bagi peningkatan dan penguatan secara terstruktur komunikasi organisasi yang berimplikasi bagi capaian perwujudan Efektivitas Komunikasi Organisasi yang maksimal Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ambar. (2017). Komunikasi Asertif Yang Efektif-Pengertian dan Tekniknya (pakarkomunikasi.com/komunikasi-esertif) di akses pada 10 Maret 2022.
- [2] Cook, Curtis W, and Hunsaker L, Phillip, (2001). *Management and Organizational Behavior*, Third Edition, Mc Graw- Hill, Irwin, Boston Burr Ridge, New York San Francisco.
- [3] De Ridder dan Van den Hoof, 2004. *Creating Knowledge Organizational and Using*

- Communication *Technology*. Londo: Sage.
- [4] Gibb R. Jack, 1961, *Devensive Communication*, Journal of Communication, Volume 11 Issue 3 Pages 141-148 First published: September 1961, Citations: [25https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1961.tb00344.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1961.tb00344.x)
- [5] Frank, A. and Brownell, J. (1989) *Organizational Communication and Behaviour: Communicating to Improve Performance*. Holt, Rinehart & Winston, Orlando.
- [6] Selanno, H., & Wance, M. (2021). PERFORMANCE OF INSPECTORATE IN SUPERVISION OF GOVERNMENT ADMINISTRATION IN BURU SELATAN REGENCY. *Sosiohumaniora*, 23(2), 189-157.
- [7] Handoko, T., Hani, 1998, *Manajemen dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Liberty.
- [8] Herizal, H., Mukhrijal, M., & Wance, M. (2020). Pendekatan akuntabilitas pelayanan publik dalam mengikuti perubahan paradigma baru administrasi publik. *Journal of Governance and Social Policy*, 1(1), 24-34.
- [9] Koontz, H; Cyril O'Donnel; dan Heinz Weihrich. 1991. *Manajemen*. Erlangga.
- [10] Jakarta.
- [11] Price Arnould, & Zinkhan, 2005. *Consumers, 2nd Edition*. McGraw – Hill.
- [12] Pace, R Wayne dan Faules Don F. 2006. *Komunikasi Organisasi*. Bandung : PT. RemajaRosdakarya.
- [13] Reinout E. de Vries Bart van den Hooff (2006). Explaining Knowledge Sharing The Role of Team Communication Styles, Job Satisfaction, and Performance Beliefs
- [14] Riduwan, 2003. *Dasar-Dasar Statistika*, Bandung : Alfabeta.
- [15] Saputra, 2000, *Komunikasi Organisasi Publik*, Jakarta : OKP Karya Pemuda.
- [16] Simon, 1982, *Perilaku Organisasi*, (Alih Bahasa : Dianjung), Jakarta: Penerbit Bina Aksara.
- [17] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [18] Saputra, 2000, *Komunikasi Organisasi Publik*, Jakarta : OKP Karya Pemuda.
- [19] Sudjana, Nana. 2004. *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung :Sinar Baru Algensido Offset.
- [20] Marquis, B.L. & Huston, C.J. (2003). *Leadership roles and management function in nursing:teory& application*. (4th ed). Philadelphia: Lippincott William &Wilkins.
- [21] Moh, Nasir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- [22] Wance, M. (2019). Evaluasi Pelayanan Kinerja pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Ternate Tahun 2017. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 5(1), 46-62.
- [23] Wahyuni Lili, 2009, “*Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Akuntansi dengan Komitmen Organisasi dan Tekanan Pekerjaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan BUMN di Provinsi Sumatera Barat)*”, Program Studi Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- [24] Wance, M. (2022). Kualitas Pelayanan Pengelolaan Sampah Masyarakat Di Kota Ambon. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2), 587-598.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN