

# Fundamental Komunikasi dalam Organisasi

Desril Astiani<sup>1</sup>, Muhammad Ridha<sup>2</sup>, Larasati Hayuning Tyas<sup>3</sup>, Almaura Azkia<sup>4</sup>

[desrilastiani77@email.com](mailto:desrilastiani77@email.com)<sup>1</sup>

Universitas Saintek Muhammadiyah, Indonesia<sup>1234</sup>

## Abstract

This study examines the crucial role of communication within organizations as a fundamental aspect that influences the achievement of goals, cultural development, and human resource management. Organizational communication functions not only as a formal information delivery medium but also as a means to build interpersonal relationships, manage conflicts constructively, and foster innovation. The communication process involves key elements such as sender, receiver, communication channels, feedback, and noise, which can stem from technical or psychological barriers. Both formal and informal communication channels play vital roles in organizational dynamics, complementing each other to create a conducive work environment. Vertical, horizontal, and diagonal communication patterns support coordination and collaboration among members. The advancement of digital technology has transformed communication methods, yet a balance between technology-based communication and direct interpersonal interaction remains essential. Communication improvement strategies include interpersonal communication training, fostering an open communication culture, appropriate media usage, and regular communication system evaluation. This study emphasizes that effective communication is the key to organizational success, maintaining interpersonal relationships, and managing conflicts to achieve innovative solutions.

**Keywords:** Organizational Communication, Communication Channels, Innovation And Conflict

## Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran komunikasi dalam organisasi sebagai aspek fundamental yang memengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan, pembentukan budaya, serta pengelolaan sumber daya manusia. Komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi secara formal, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan interpersonal, mengelola konflik secara konstruktif, dan mendorong inovasi. Proses komunikasi melibatkan unsur pengirim pesan, penerima, saluran komunikasi, umpan balik, serta gangguan yang dapat berasal dari hambatan teknis maupun psikologis. Saluran komunikasi formal dan informal memiliki fungsi penting dalam dinamika organisasi, di mana keduanya saling melengkapi untuk menciptakan iklim kerja yang kondusif. Pola komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal turut mendukung koordinasi dan kolaborasi antar anggota. Perkembangan teknologi digital semakin mengubah cara komunikasi berlangsung, tetapi tetap dibutuhkan keseimbangan antara komunikasi berbasis teknologi dan komunikasi interpersonal langsung. Strategi peningkatan komunikasi dalam organisasi meliputi pelatihan komunikasi interpersonal, pembentukan budaya komunikasi terbuka, penggunaan media yang tepat, serta evaluasi sistem komunikasi secara berkala. Studi ini menegaskan bahwa komunikasi yang efektif merupakan kunci utama dalam mencapai tujuan organisasi, menjaga hubungan antar anggota, serta mengelola konflik untuk menghasilkan solusi inovatif.

**Kata Kunci:** Komunikasi Organisasi, Saluran Komunikasi, Inovasi dan Konflik

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan transformasi digital yang begitu pesat, organisasi dituntut untuk mampu beradaptasi secara dinamis terhadap perubahan lingkungan internal maupun eksternal.

Salah satu pilar utama yang menopang kemampuan adaptasi tersebut adalah komunikasi. Komunikasi bukan hanya

persoalan teknis pertukaran pesan, tetapi merupakan fondasi yang mengatur bagaimana informasi diciptakan, disebarluaskan, ditafsirkan, dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan serta pelaksanaan strategi organisasi. Ia adalah jantung dari setiap proses manajerial, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengawasan.

Tanpa komunikasi yang efektif, organisasi tidak akan mampu mengelola sumber daya manusia, menjalin kerja sama antarbagian, membangun budaya organisasi, maupun menciptakan inovasi yang berkelanjutan (Robbins & Coulter, 2018).

Dalam konteks organisasi, komunikasi berkembang menjadi suatu sistem yang kompleks dan multidimensional. Tidak cukup sekadar menyampaikan pesan secara satu arah dari atasan ke bawahan, komunikasi dalam organisasi modern menuntut adanya dialog dua arah, transparansi, partisipasi, serta sensitivitas terhadap keragaman budaya dan latar belakang individu. Komunikasi juga berfungsi membangun struktur makna yang menjadi landasan bagi tindakan kolektif dan pembentukan identitas organisasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Effendy (2015), komunikasi menjadi sarana utama dalam menciptakan realitas sosial yang disepakati bersama oleh seluruh anggota organisasi.

Lebih jauh, komunikasi dalam organisasi mencakup berbagai elemen yang saling terkait: pengirim pesan, isi pesan, saluran komunikasi, penerima, umpan balik, hingga gangguan atau hambatan. Dalam praktiknya, semua elemen ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dan menentukan keberhasilan komunikasi secara keseluruhan. Proses komunikasi di dalam organisasi juga melibatkan aspek kognitif, afektif, dan sosial yang kompleks, di mana makna tidak hanya dibentuk melalui kata-kata, tetapi juga melalui simbol, ekspresi nonverbal, konteks situasional, serta hubungan kekuasaan yang ada di antara pelaku komunikasi (Miller, 2014; Shannon & Weaver, 1949).

Organisasi sebagai sistem sosial membutuhkan saluran komunikasi yang berfungsi secara optimal. Saluran ini dapat bersifat formal—melalui laporan, memo, surat resmi—atau informal—seperti percakapan sehari-hari dan jejaring sosial internal. Meskipun bersifat tidak resmi, komunikasi informal kerap kali lebih efektif dalam membangun kedekatan emosional dan mempercepat penyebaran informasi. Pola komunikasi dalam organisasi pun beragam,

mulai dari komunikasi vertikal (atasan-bawahan), horizontal (antaranggota seajar), hingga diagonal (lintas fungsi dan hierarki). Masing-masing pola ini memiliki peran strategis dalam menciptakan sistem komunikasi yang terintegrasi dan efisien (Gibson et al., 2012).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), lanskap komunikasi organisasi juga mengalami transformasi drastis. Platform digital seperti email, aplikasi kolaboratif, video conference, dan media sosial kini menjadi bagian dari sistem komunikasi organisasi sehari-hari. Teknologi telah memungkinkan komunikasi lintas waktu dan ruang, mempercepat arus informasi, serta meningkatkan kolaborasi antar tim global. Namun demikian, penggunaan teknologi ini juga menghadirkan tantangan tersendiri, seperti kelelahan digital, miskomunikasi akibat kurangnya ekspresi nonverbal, serta potensi penyalahgunaan media komunikasi (Leonardi, 2021; Derks & Bakker, 2020).

Dalam konteks manajemen organisasi, komunikasi berperan strategis sebagai alat penyelesaian konflik dan penggerak inovasi. Konflik yang muncul dalam organisasi sering kali bersumber dari miskomunikasi, perbedaan persepsi, atau ketidakjelasan peran.

Melalui strategi komunikasi yang terbuka, empatik, dan asertif, konflik dapat dikelola secara konstruktif dan bahkan menjadi sumber pembelajaran serta kreativitas baru (Rahim, 2017). Komunikasi juga menjadi sarana yang mendorong partisipasi, keterlibatan karyawan, dan terciptanya budaya organisasi yang inklusif dan inovatif (Shockley-Zalabak, 2016).

Dengan demikian, penting bagi setiap organisasi untuk memahami dan mengelola komunikasi sebagai sistem strategis yang memengaruhi seluruh aspek kehidupan organisasi. Artikel ini bertujuan untuk membahas secara mendalam mengenai konsep dasar komunikasi, pengertiannya dalam konteks organisasi, proses dan unsur-unsur komunikasi, bentuk dan salurannya,

serta strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam organisasi modern.

Dengan merujuk pada berbagai teori klasik dan kontemporer, serta temuan mutakhir dari literatur akademik dalam satu dekade terakhir, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan sistem komunikasi organisasi yang adaptif, efisien, dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggali dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai proses komunikasi dalam organisasi serta pengaruhnya terhadap efektivitas kerja, budaya organisasi, dan manajemen konflik.

Data dikumpulkan melalui kajian kepustakaan yang komprehensif dari berbagai sumber sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, dan publikasi terkini yang relevan dengan topik komunikasi organisasi, terutama yang diterbitkan setelah tahun 2015.

Proses analisis data dilakukan secara tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari kajian literatur, seperti konsep dasar komunikasi, saluran komunikasi, pola komunikasi dalam organisasi, serta peran teknologi dan strategi peningkatan komunikasi. Teknik analisis ini memungkinkan peneliti untuk mengelompokkan informasi secara sistematis dan menyajikannya secara runtut sesuai dengan fokus penelitian.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi pustaka untuk memperkuat argumen dan temuan dengan dukungan teori-teori komunikasi organisasi dari para ahli terkini. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bersifat teoritis dan bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang komunikasi dalam konteks organisasi modern tanpa melibatkan pengumpulan data primer melalui survei atau wawancara.

Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai dinamika komunikasi

organisasi dan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi di lingkungan kerja.

## KAJIAN KEPUSTAKAAN

### 1. Konsep Dasar Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek fundamental dalam kehidupan manusia dan organisasi. Komunikasi tidak hanya terbatas pada proses penyampaian informasi, tetapi juga merupakan sarana menciptakan makna, membentuk identitas sosial, serta membangun dan mempertahankan hubungan (Effendy, 2015).

Dalam perspektif komunikasi modern, komunikasi dipandang sebagai suatu proses yang dinamis dan berlangsung terus-menerus, bukan sekadar aktivitas satu arah. Artinya, komunikasi melibatkan pengaruh timbal balik antara komunikator dan komunikan, serta dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan psikologis masing-masing individu. Selain itu, komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai bentuk seperti komunikasi lisan, tulisan, isyarat, simbol, hingga teknologi digital. Dengan demikian, komunikasi bukan sekadar alat, tetapi merupakan fondasi utama yang menopang keberlangsungan interaksi manusia, baik dalam konteks pribadi maupun profesional.

### 2. Pengertian Organisasi

Organisasi adalah sistem sosial yang terdiri atas individu atau kelompok yang bekerja sama secara sadar dan sistematis untuk mencapai tujuan bersama (Robbins & Coulter, 2018). Di dalam organisasi terdapat struktur formal yang mengatur pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab.

Selain itu, organisasi juga mengandung unsur budaya yang terdiri dari nilai-nilai, norma, dan kebiasaan yang dianut oleh anggotanya. Organisasi tidak hanya dilihat sebagai tempat bekerja, tetapi juga sebagai lingkungan sosial tempat terjadinya pertukaran makna dan pengalaman. Menurut Barnard (1938), organisasi dapat bertahan dan berkembang apabila terdapat komunikasi yang efektif antara seluruh unsur di dalamnya. Oleh karena itu, kualitas komunikasi menjadi

indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya.

### 3. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai seluruh bentuk pertukaran informasi yang terjadi dalam suatu organisasi dengan tujuan untuk menyelaraskan aktivitas antar individu dan kelompok agar tercapai efektivitas kerja (Miller, 2014). Komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal seperti surat resmi, laporan, instruksi, dan kebijakan; serta komunikasi informal seperti percakapan sehari-hari yang tidak tercatat secara resmi namun tetap memiliki pengaruh besar terhadap suasana kerja.

Komunikasi dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun iklim organisasi yang kondusif, menciptakan kepercayaan antar anggota, serta memperkuat budaya organisasi. Bila komunikasi dalam organisasi tidak berjalan efektif, maka akan muncul berbagai permasalahan seperti miskomunikasi, konflik antarindividu, hingga penurunan produktivitas kerja.

### 4. Proses Komunikasi

Shannon dan Weaver (1949) mengembangkan model komunikasi linear yang menggambarkan komunikasi sebagai proses yang terdiri dari elemen-elemen penting: pengirim (sender), pesan (message), saluran (channel), penerima (receiver), umpan balik (feedback), dan gangguan (noise). Dalam praktiknya, proses komunikasi dalam organisasi tidak sesederhana yang digambarkan dalam model tersebut karena melibatkan dinamika hubungan antar manusia yang kompleks.

Misalnya, perbedaan latar belakang budaya dan pengalaman dapat memengaruhi interpretasi pesan. Selain itu, faktor emosional seperti tekanan kerja, rasa takut kepada atasan, atau sikap defensif juga dapat menjadi noise psikologis yang menghambat keberhasilan komunikasi. Oleh karena itu, memahami proses komunikasi secara holistik penting agar setiap pesan yang dikirim dapat

diterima dan ditafsirkan dengan tepat oleh penerima.

### 5. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi dalam organisasi mencakup enam unsur pokok. Pertama, komunikator yang bertindak sebagai pengirim pesan, biasanya memiliki niat atau tujuan tertentu saat menyampaikan informasi. Kedua, pesan yang merupakan konten atau isi dari komunikasi tersebut. Pesan bisa berbentuk fakta, pendapat, instruksi, atau emosi. Ketiga, media atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti lisan, tulisan, telepon, email, atau platform digital lainnya.

Keempat, komunikan atau penerima pesan yang akan menafsirkan pesan sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya. Kelima, umpan balik yang menunjukkan apakah pesan telah dipahami dengan baik oleh penerima. Dan terakhir, gangguan (noise) yang dapat mengganggu atau mengaburkan makna pesan, baik dari segi teknis maupun psikologis. Pemahaman terhadap semua unsur ini membantu para pelaku organisasi menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif.

### 6. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dalam organisasi dapat dibedakan menjadi dua, yakni formal dan informal. Saluran formal dirancang secara sistematis dalam struktur organisasi dan digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan resmi yang berkaitan dengan pekerjaan.

Contoh saluran formal meliputi laporan tahunan, notulensi rapat, email resmi, dan pengumuman organisasi. Sementara itu, saluran informal berkembang secara spontan dan tidak mengikuti struktur resmi organisasi. Meskipun tidak terdokumentasi, komunikasi informal seperti obrolan saat makan siang atau percakapan di luar jam kerja sangat berpengaruh terhadap dinamika sosial organisasi. Bahkan, informasi yang beredar melalui jalur informal bisa menyebar lebih cepat dan luas dibanding saluran formal.

Oleh karena itu, manajer yang cerdas akan memanfaatkan kedua saluran ini secara seimbang untuk memperkuat hubungan

interpersonal dan mempercepat penyebaran informasi (Kreps, 2011).

## 7. Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi dalam organisasi dapat diklasifikasikan berdasarkan arah alirannya. Komunikasi vertikal adalah komunikasi antara atasan dan bawahan. Komunikasi vertikal ke bawah biasanya berupa perintah, kebijakan, atau informasi dari manajemen kepada karyawan, sedangkan komunikasi vertikal ke atas mencakup laporan, saran, atau keluhan dari karyawan kepada manajemen. Komunikasi horizontal terjadi antara individu atau kelompok yang berada pada tingkatan yang sama dalam struktur organisasi, seperti kerja sama antara sesama manajer atau rekan kerja dalam satu departemen. Komunikasi ini penting untuk koordinasi tugas dan pencapaian target bersama. Sementara itu, komunikasi diagonal terjadi antarindividu dari departemen atau unit berbeda yang tidak memiliki hubungan hierarkis langsung, misalnya antara bagian keuangan dan bagian pemasaran dalam satu proyek kerja. Ketiga bentuk komunikasi ini saling melengkapi dan diperlukan untuk menciptakan sistem komunikasi organisasi yang menyeluruh dan efisien (Gibson et al., 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Komunikasi Sebagai Fondasi Organisasi

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam pembentukan dan pengelolaan organisasi. Ia berperan sebagai tulang punggung dalam koordinasi, pengambilan keputusan, dan pembentukan budaya organisasi. Tanpa komunikasi yang efektif, maka informasi tidak akan tersampaikan dengan baik, perintah tidak dijalankan dengan tepat, dan visi organisasi tidak akan dipahami secara menyeluruh oleh seluruh anggota. Robbins, Judge, dan Campbell (2017) menyebutkan bahwa komunikasi yang efektif mampu menghubungkan elemen-elemen dalam organisasi dan menciptakan integrasi yang harmonis.

Lebih dari sekadar alat penyampaian informasi, komunikasi juga menjadi sarana

untuk menciptakan identitas organisasi. Komunikasi internal yang dijalankan secara konsisten akan membentuk persepsi kolektif tentang nilai-nilai, norma, dan tujuan organisasi. Hal ini selaras dengan pendapat Shockley-Zalabak (2016) yang menyatakan bahwa budaya organisasi dibentuk melalui interaksi dan komunikasi yang berulang-ulang dalam organisasi. Dengan kata lain, bahasa, simbol, dan cerita organisasi yang dituturkan dan disebarluaskan secara terus-menerus menjadi konstruksi sosial yang melekat dalam keseharian kerja.

Tak hanya itu, komunikasi juga memperkuat hubungan antar individu dalam organisasi. Rasa memiliki (*sense of belonging*), loyalitas, dan motivasi kerja sangat dipengaruhi oleh sejauh mana komunikasi yang terjalin bersifat dua arah, terbuka, dan empatik. Apabila komunikasi terhambat atau tidak berjalan dengan baik, maka akan muncul berbagai disfungsi dalam organisasi seperti disinformasi, ketidakpercayaan, bahkan alienasi antara individu dengan organisasi.

### 2. Efektivitas Proses Komunikasi dalam Organisasi

Model linear Shannon dan Weaver (1949) memang menjadi dasar awal untuk memahami proses komunikasi. Namun dalam praktiknya, terutama di dalam organisasi modern, proses komunikasi menjadi jauh lebih kompleks. Organisasi saat ini merupakan entitas dinamis dengan keanekaragaman budaya, latar belakang, serta struktur kekuasaan yang mempengaruhi cara komunikasi dijalankan. Clampitt (2016) menegaskan bahwa pemahaman tentang konteks budaya, status sosial, dan relasi kuasa sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang berhasil.

Salah satu aspek krusial dalam efektivitas komunikasi adalah keberadaan umpan balik (*feedback*). *Feedback* tidak hanya berfungsi untuk mengukur sejauh mana pesan diterima, tetapi juga sebagai alat koreksi terhadap kesalahpahaman yang terjadi. Dalam lingkungan organisasi, *feedback* dapat berupa evaluasi kinerja, diskusi tim, maupun percakapan informal yang membantu dalam penyesuaian strategi dan tujuan.

Selain itu, hambatan komunikasi atau noise dalam konteks organisasi dapat berupa gangguan fisik (seperti suara bising atau koneksi internet buruk), psikologis (seperti kecemasan atau konflik personal), maupun semantik (perbedaan makna atau interpretasi). Ruck dan Welch (2019) menyebut bahwa semakin beragam latar belakang anggota organisasi, semakin besar potensi munculnya gangguan komunikasi yang bersifat semantik. Oleh karena itu, organisasi perlu membangun kesadaran akan pentingnya pemahaman lintas budaya, bahasa, dan sudut pandang sebagai bagian dari strategi komunikasi yang efektif.

### 3. Ragam Saluran dan Pola Komunikasi Organisasi

Saluran komunikasi dalam organisasi tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal dan tulisan, tetapi juga mencakup komunikasi visual, simbolik, dan digital. Men (2015) menjelaskan bahwa keberadaan saluran formal dan informal perlu dimanfaatkan secara seimbang. Saluran formal memberikan legitimasi dan kejelasan dalam penyampaian kebijakan, prosedur, dan laporan. Namun, saluran informal justru seringkali lebih efektif dalam membangun kepercayaan dan mempercepat penyebaran informasi.

Pola komunikasi juga turut mempengaruhi efektivitas kerja sama antarbagian. Komunikasi vertikal ke atas dan ke bawah memberikan arah serta pemantauan pelaksanaan tugas, sementara komunikasi horizontal mendorong kolaborasi antar tim. Komunikasi diagonal menjadi semakin penting dalam organisasi modern yang mengadopsi struktur matriks atau proyek. Interaksi antar individu lintas divisi tanpa harus melewati jalur birokratis mempercepat inovasi dan pengambilan keputusan.

Lebih lanjut, perkembangan teknologi menambah dimensi baru dalam pola komunikasi. Kolaborasi lintas geografis menjadi mungkin melalui platform digital seperti Zoom, Slack, dan Google Workspace. Hal ini mendorong organisasi untuk tidak hanya fokus pada struktur komunikasi, tetapi juga pada pelatihan keterampilan digital dan etika komunikasi daring bagi seluruh anggota

### 4. Komunikasi sebagai Alat Manajemen Konflik dan Inovasi

Konflik dalam organisasi tidak bisa dihindari, namun dapat dikelola dengan pendekatan komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi terbuka dan asertif memungkinkan penyelesaian konflik yang konstruktif. Rahim (2017) menekankan bahwa komunikasi yang berbasis pada prinsip win-win solution akan membantu para pihak dalam konflik mencapai titik temu tanpa mengorbankan kepentingan masing-masing.

Konflik juga dapat menjadi katalisator bagi inovasi. Ketika terdapat perbedaan pendapat, organisasi memiliki kesempatan untuk mengevaluasi kembali kebijakan, strategi, atau sistem kerja yang diterapkan. Diskusi terbuka, kritik yang membangun, serta ruang dialog yang aman mendorong terciptanya gagasan-gagasan baru. Robbins dan Judge (2017) bahkan menyebut bahwa komunikasi dua arah yang demokratis adalah kunci munculnya kreativitas dan perubahan yang progresif.

Oleh karena itu, penting bagi pimpinan organisasi untuk membangun budaya komunikasi yang mendorong keterbukaan dan keberanian mengemukakan ide. Hal ini akan menciptakan ekosistem kerja yang tidak hanya produktif, tetapi juga inovatif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan.

### 5. Peran Teknologi dalam Komunikasi Organisasi Modern

Teknologi digital telah menjadi bagian integral dari komunikasi organisasi. Kemunculan berbagai platform komunikasi digital memperluas cakupan interaksi dan mempercepat proses kolaborasi. Menurut Leonard (2021), teknologi bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga pembentuk struktur sosial baru dalam organisasi. Misalnya, aplikasi pesan instan memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan informal, sementara aplikasi manajemen proyek memfasilitasi koordinasi lintas tim dalam skala besar.

Namun, penggunaan teknologi juga menimbulkan tantangan baru. Kelelahan digital, overload informasi, dan kesenjangan

digital di antara generasi atau tingkat jabatan menjadi masalah yang harus diatasi. Derks & Bakker (2020) mengingatkan bahwa teknologi perlu digunakan secara bijak dan sesuai konteks. Penggunaan email untuk hal-hal yang memerlukan diskusi mendalam bisa menimbulkan miskomunikasi. Oleh karena itu, pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan konten pesan, karakter penerima, dan tujuan komunikasi.

Penting juga bagi organisasi untuk membentuk etika komunikasi digital, termasuk etika dalam menggunakan media sosial, menjaga privasi, serta memisahkan komunikasi pekerjaan dan pribadi. Pelatihan dan kebijakan internal terkait penggunaan teknologi sangat diperlukan untuk menciptakan komunikasi digital yang sehat dan produktif.

#### 6. Strategi Meningkatkan Komunikasi Organisasi

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam organisasi, beberapa strategi penting perlu diterapkan secara konsisten. Pelatihan komunikasi interpersonal yang rutin bagi karyawan dan manajer menjadi fondasi agar keterampilan komunikasi terus berkembang dan mampu menghadapi berbagai situasi komunikasi yang kompleks.

Selain itu, penerapan budaya komunikasi terbuka sangat krusial, di mana setiap anggota organisasi diberi ruang dan kebebasan untuk menyampaikan pendapat tanpa takut akan hierarki atau konsekuensi negatif. Penggunaan media komunikasi juga harus disesuaikan dengan konteks dan urgensi pesan; misalnya, komunikasi yang bersifat sensitif sebaiknya disampaikan secara langsung agar tidak menimbulkan kesalahpahaman yang mungkin terjadi lewat media tertulis seperti email.

Organisasi juga perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap sistem komunikasi internal untuk memastikan bahwa saluran dan metode komunikasi tetap relevan dengan kebutuhan yang terus berubah. Secara keseluruhan, kemampuan pemimpin dalam berkomunikasi dengan jelas, terbuka, dan penuh empati sangat menentukan

keberhasilan komunikasi organisasi secara menyeluruh (Robbins & Coulter, 2018).

### KESIMPULAN

Komunikasi merupakan elemen kunci dalam kehidupan organisasi karena menjadi fondasi utama dalam menyelaraskan tujuan, membangun budaya, serta mengelola dinamika kerja. Komunikasi yang efektif tidak hanya menunjang produktivitas, tetapi juga memfasilitasi pengelolaan konflik, mendorong inovasi, dan memperkuat kolaborasi antardepartemen. Dalam praktiknya, proses komunikasi dalam organisasi dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk struktur organisasi, saluran komunikasi, latar belakang budaya, serta perkembangan teknologi.

Pemahaman yang mendalam mengenai konsep dasar komunikasi, proses komunikasi, saluran, pola, serta bentuk-bentuk komunikasi organisasi sangat penting untuk menciptakan sistem komunikasi yang sehat dan efisien. Peran teknologi digital sebagai pendukung komunikasi organisasi juga semakin krusial, meskipun harus diimbangi dengan komunikasi tatap muka dan etika komunikasi yang bijak.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang terbuka, dua arah, dan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi, serta melalui peningkatan kompetensi komunikasi para anggotanya, organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inklusif, dan adaptif terhadap perubahan. Artikel ini diharapkan dapat menjadi landasan awal bagi pengembangan kajian lebih lanjut dalam bidang komunikasi organisasi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O.U. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Keyton, J. (2011). *Communication & Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences*. Sage.

- Miller, K. (2014). *Organizational Communication: Approaches and Processes*. Cengage Learning.
- Robbins, S.P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schaub, Florian. (2018). The Implications of the FCC's Net Neutrality Repeal. *Media And Communication*, 6(3), 69-72.
- Ting-Toomey, S., & Chung, L.C. (2012). *Understanding Intercultural Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Avgerou, Mansell, Quah, Silverstone. (2009). *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies*. Oxford.
- Fang, Q., Zhao, F., & Guibas, L. (2003). Lightweight sensing and communication protocols for target enumeration and aggregation. *MobiHoc '03*, 165–176.
- Dwihadiah, L.D. (2015). *Media dan imperialisme budaya (studi pada subkultur penggemar K-POP di Indonesia)*. Disertasi. Universitas Indonesia.
- Derks, D., & Bakker, A. B. (2020). *The Psychology of Digital Media at Work*. Psychology Press.
- Keyton, J. (2017). *Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Leonardi, P. M. (2021). *The Social Media Revolution: Communication Practices in the Digital Workplace*. MIT Press.
- Miller, K. (2014). *Organizational Communication: Approaches and Processes* (7th ed.). Wadsworth.
- Rahim, M. A. (2017). *Managing Conflict in Organizations* (4th ed.). Routledge.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson.
- Derks, D., & Bakker, A. B. (2020). The psychology of digital media at work. *Current Opinion in Psychology*, 31, 100–104.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2017). *Organizations: Behavior, Structure, Processes* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kreps, G. L. (2011). *Communication in Organizations*. Pearson Education.
- Leonardi, P. M. (2021). COVID-19 and the new technologies of organizing. *Journal of Management Studies*, 58(1), 243–248.
- Miller, K. (2014). *Organizational Communication: Approaches and Processes* (7th ed.). Cengage Learning.
- Rahim, M. A. (2017). *Managing Conflict in Organizations* (4th ed.). Routledge.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Robbins, S. P., Judge, T. A., & Campbell, T. T. (2017). *Organizational Behavior* (Global Edition, 17th ed.). Pearson.
- Shockley-Zalabak, P. S. (2016). *Fundamentals of Organizational Communication* (9th ed.). Pearson.
- Tourish, D., & Robson, P. (2018). Communication and organizational success. *International Journal of Business Communication*, 55(3), 361–387.