

Analisis Komunikasi Organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan

Syahir Badrudin
Syahir_uin@radenfatah.ac.id
Muslimin
Muslimin_uin@radenfatah.ac.id
Herry Okta Pratama
Herryokta12@gmail.com

Abstract: *Analysis of Organizational Communication at the Haj Information Center Regional Office of the Ministry of Religious Affairs of South Sumatra Province. Looking at the above context then the question arises, how the organization communication in the Haj Information Center Regional Office of the Ministry of Religious South Sumatra Province ?. On the basis of problems that have been formulated it can be determined that the purpose of research is to know and get a picture of organizational communication in the Haj Information Center Regional Office of the Ministry of Religious Affairs of South Sumatra Province. Researchers see the existence of clear communication includes processes, messages, networks and interdependent circumstances. This research is categorized in qualitative descriptive research. Descriptive means simply describing the situation and events. Qualitative communication research is usually not intended to provide explanations, control the symptoms of communication, put forward a picture or understanding of how and why a symptom or reality of communication occurs. From the results of research that has been done, found the data that the Organization's communication at the Haj Information Center Office of the Ministry of Religious Affairs runs well. This can be seen from the translation process, message, network, and state of interdependence.*

Keywords: *Analysis, Organizational Communication.*

A. Pendahuluan

Haji adalah rukun islam kelima dan kewajiban bagi setiap orang islam yang mampu menunaikannya. Umrah adalah berkunjung ke Baitullah untuk melaksanakan tawaf, sa'i, dan tahalul dengan niat umrah yang dilakukan diluar musim haji. Salah satu organisasi yang menyelenggarakan ibadah haji dan umrah yang ada Indonesia adalah Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan yang telah berperan aktif dalam melayani dan melakukan pelaksanaan terhadap masyarakat yang akan menunaikan Ibadah Haji dan Umrah. Sebagai salah satu organisasi yang besar dalam menyelenggarakan ibadah haji dan umrah Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan merupakan Organisasi Formal yang terstruktur dalam menjalankan tugasnya untuk menyelenggarakan ibadah haji dan umrah.

Organisasi merupakan suatu sistem, mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Organisasi dibentuk melalui komunikasi ketika individu di dalamnya saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan individu dan tujuan bersama. Proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi menghasilkan berbagai hal seperti hubungan kewenangan, terciptanya peran, adanya jaringan komunikasi, dan iklim organisasi. Organisasi menciptakan hasil atau keluaran (*output*) akibat adanya interaksi di antara individu dan kelompok dalam organisasi yang pada gilirannya mempengaruhi interaksi masa depan di dalam organisasi.

Proses dalam komunikasi adalah satu faktor penentu dalam mencapai organisasi yang efektif. Salah satu proses yang akan selalu terjadi dalam organisasi apapun adalah proses komunikasi. Melalui organisasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Mengingat perannya penting dalam menunjang kelancaran berorganisasi, maka perhatian yang cukup perlu dicurahkan untuk mengelola komunikasi dalam organisasi. Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi

pencapaian sebuah organisasi terutama dengan timbulnya salah faham dan konflik.

Komunikasi dalam organisasi merupakan proses penting yang harus dilaksanakan agar kegiatan di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan biasanya berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Komunikasi yang merupakan suatu motivasi. Kondisi seperti itu dapat mendorong perasaan untuk berpartisipasi akan lebih banyak menarik perhatian terhadap pekerjaan.

Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal yang meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media, orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/ skillnya. Aktifitas komunikasi di perkantoran senantiasa disertai dengan tujuan yang ingin dicapai bersama dalam kelompok dan masyarakat. Budaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara atasan kepada bawahan. Sisi kedua antara pegawai yang satu dengan pegawai yang lain. Sisi ketiga adalah antara pegawai kepada atasan. Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai polanya masing-masing. Diantara kedua belah pihak harus ada *two-way-comunications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan

untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan suatu organisasi.

Interaksi yang harmonis di antara para karyawan suatu organisasi, baik dalam hubungannya secara timbal-balik maupun secara horizontal di antara para karyawan secara timbal balik pula, disebabkan oleh komunikasi. Demikian pula interaksi antara pimpinan organisasi, apakah ia manajer tingkat tinggi (*top manager*) atau manajer tingkat menengah (*middle manager*) dengan khalayak luar organisasi. Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi berikut, “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan lingkungan dan ketidakpastian.

Melihat pengaruh yang sangat penting antara komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi khususnya organisasi Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan dalam proses menciptakan dan saling menukar pesan antara atasan ke pegawai, pegawai ke pegawai, dan pegawai ke atasan dengan kandungan tujuh konsep komunikasi organisasi menurut Goldhaber agar semuanya berjalan dengan baik sehingga tercapainya visi dan misi bersama.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana komunikasi organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan?”.

Atas dasar permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan

gambaran tentang komunikasi organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan.

Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi berikut, “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan lingkungan dan ketidakpastian.

Dalam hubungan ini, untuk memperoleh kejelasan, ada baiknya kalau kita kaji model proses komunikasi yang ditampilkan oleh *Harlod D lasswell*. Salah satu model pertama (*Laswell*), menjelaskan bahwa komunikasi sebagai proses linear, satu arah, dimana satu orang bertindak atas orang lain. Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang menjelaskan pandangan awal mengenai bagaimana komunikasi bekerja : siapa?, Mengatakan apa?, dalam saluran apa?, kepada siapa?, dengan efek apa?.

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model *Lasswell* ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang melalui komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan. Pertanyaan kedua adalah *says what* atau apa yang dikatakan pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa proses yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Pertanyaan ketiga adalah *to whom*. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Pertanyaan yang keempat adalah *through what* atau melalui media apa. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi,

surat, buku dan gambar. Pertanyaan terakhir dari model *Lasswell* adalah *what effect* atau apa efeknya dari komunikasi tersebut. Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan 2 hal yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan kedua, apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi.

Konsep indikator dari komunikasi organisasi menurut *Goldhaber* yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku *Komunikasi Organisasi* mengatakan definisi komunikasi adalah “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep.

Proses, suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses. Pesan, yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, member gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Jaringan, Organisasi terdiri dari suatu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi. Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain, hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi pesan. Keadaan saling tergantung, konsep kunci

komunikasi organisasi ke empat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Hubungan, konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia.

Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila pimpinan membuat suatu keputusan dia harus memperhitungkan implikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh. Lingkungan, yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi seperti tujuan, produk dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan dan teknologi. Ketidakpastian, yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Misalnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai aturan pemerintah yang berpengaruh kepada produksi barang-barangnya. Jika organisasi ini banyak informasi mengenai hal ini maka mereka akan lebih pasti dalam memproduksi hasil organisasinya yang sesuai dengan standar yang ditentukan pemerintah.

Dalam buku *Komunikasi Organisasi* karya R.Wayne Pace dan Don F.Faules yang dijabarkan oleh Deddy Mulyana bahwa definisi komunikasi organisasi dapat dilihat dari sudut pandang subjektif dan objektif. Keduanya memiliki ciri khas masing-masing. Komunikasi organisasi dalam prespektif subjektif adalah perilaku “pengorganisasian” yang terjadi dan bagaimana mereka

yang terlibat dalam prosesitu berinteraksi dan member makna atas apa yang sedang terjadi. Sedangkan dalam definisi objektif adalah kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Pada perspektif ini yang lebih ditekankan adalah pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka.

Jika *R Wayne* memandang komunikasi organisasi dalam dua perspektif, lain halnya dengan *Redding* dan *Sanborn* yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku *Komunikasi Organisasi*, menurut mereka komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama *level* tingkatannya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program. Hampir sama dengan *Redding* dan *Sanborn*, *Joseph Devito* yang dikutip oleh Soleh Soemirat, dkk dalam buku *Komunikasi Organisasi* menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi.

Dari ketiga pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses komunikasi didalam organisasi formal maupun informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks, komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut. Komunikasi dalam suatu perusahaan adalah unsur terpenting. Karena dalam komunikasi ada interaksi sosial yang ditandai adanya pertukaran makna untuk menyatukan perilaku atau tindakan setiap individu. Dengan adanya komunikasi maka akan memudahkan pimpinan dalam menyampaikan informasi kepada karyawan guna mencapai tujuan utama perusahaan. Selain itu juga akan memudahkan karyawan dalam menyampaikan gagasan atau bahkan keluhan kepada pimpinan. Hal ini penting juga untuk dapat meningkatkan loyalitas dan

totalitas mereka dalam bekerja, jika keluhan dan gagasan mereka ditanggapi dengan bijak. Dalam berkomunikasi terdapat arus informasi yang perlu diperhatikan, untuk itu akan dibahas berdasarkan tempat dimana khalayak sasaran berada, yaitu komunikasi internal, komunikasi diagonal, komunikasi eksternal.

Pendekatan komunikasi organisasi, untuk melihat komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat digunakan tiga pendekatan yaitu makro, mikro dan individual. Pendekatan makro, dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai suatu struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam berinteraksi ini organisasi melakukan aktivitas tertentu seperti memproses informasi dari lingkungan, mengadakan identifikasi, melakukan integrasi dan menentukan tujuan organisasi. Pendekatan Mikro, pendekatan ini terutama memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan subunit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk pemberian orientasi dan latihan, komunikasi untuk melibatkan anggota kelompok dalam tugas kelompok, komunikasi untuk menjaga iklim organisasi, komunikasi dalam mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam organisasi. Pendekatan individual, pendekatan individual berpusat kepada tingkah laku komunikasi individual dalam organisasi. Semua tugas-tugas yang telah diuraikan pada kedua pendekatan akhirnya diselesaikan oleh komunikasi individual satu sama lainnya.

Aliran Informasi Dalam Organisasi Informasi tidak bergerak dengan sendirinya, kenyataannya informasi dialirkan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam penyampaian informasi tersebut merupakan tantangan besar karena mungkin saja terjadi distorsi di tengah jalan. Dalam suatu organisasi dalam bentuk perusahaan, aliran komunikasi yang digunakan menentukan informasi tersebut tepat sasaran dan dapat dipahami secara “sama” oleh semua pihak. Menurut Guetzkow yang dikutip oleh R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam buku *Komunikasi Organisasi* menyatakan bahwa “aliran informasi dalam suatu organisasi dapat terjadi dengan tiga cara: serentak, berurutan, atau kombinasi dari kedua cara ini.”

Arus Informasi Dalam Organisasi, komunikasi dalam suatu perusahaan adalah unsur terpenting. Karena dalam komunikasi ada interaksi sosial yang ditandai adanya pertukaran makna untuk menyatukan perilaku atau tindakan setiap individu. Dengan adanya komunikasi maka akan memudahkan pimpinan dalam menyampaikan informasi kepada karyawan guna mencapai tujuan utama perusahaan. Selain itu juga akan memudahkan karyawan dalam menyampaikan gagasan atau bahkan keluhan kepada pimpinan. Hal ini penting juga untuk dapat meningkatkan loyalitas dan totalitas mereka dalam bekerja, jika keluhan dan gagasan mereka ditanggapi dengan bijak. Dalam berkomunikasi terdapat arus informasi yang perlu diperhatikan, untuk itu akan dibahas berdasarkan tempat dimana khalayak sasaran berada, yaitu komunikasi internal, komunikasi diagonal, komunikasi eksternal.

Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi atau perusahaan. Dalam penerapan komunikasi beragam karena sesuai dengan struktur organisasi. Komunikasi dalam organisasi bisa terjadi di antara orang yang memiliki level kepangkatan yang sama, di antara pimpinan dan bawahan, dan lain-lain. Berdasarkan alur komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, maka komunikasi internal terbagi menjadi 4 (empat) jalur yaitu vertikal, horizontal, diagonal, dan *grapevine*. Komunikasi Vertikal adalah arah arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*). Pada *downward communication*, pimpinan menyampaikan pesan kepada bawahan. Komunikasi horizontal yaitu arus informasi yang terjadi secara mendatar atau sejajar di antara para pekerja dalam satu unit. Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi di antara seseorang dengan orang lain yang satu sama lain berbeda dalam kedudukannya dan bagian. Dalam komunikasi ini tidak ada perintah maupun pertanggung jawaban, biasanya hanya menyampaikan ide. Komunikasi diagonal diperlukan khususnya bagi para pekerja pada level bawah guna menghemat waktu. "*Grapevine* adalah perkataan Inggris untuk tanaman anggur dan karena tanaman ini menjalar tanpa arah dan bentuk tertentu, kadang-kadang

seperti spiral dan lingkaran yang kait mengait maka perkataan inilah yang dipilih untuk sistem komunikasi informal.” Grapevine biasanya disebut juga sebagai rumors. Komunikasi ini bebas hambatan karena berlangsung dari mulut ke mulut, selain itu informasi yang disampaikan sering kali tidak lengkap yang memungkinkan di salah artikan, namun begitu umumnya 75% sampai 90% pesan *grapevine* akurat yang berkaitan dengan situasi tempat kerja.

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara orang-orang yang beradadi dalam dengan khalayak di luar organisasi.

Adapun tujuan utama dilaksanakan komunikasi eksternal oleh sebuah organisasi adalah untuk membina dan memelihara hubungan yang baik, untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan, untuk memelihara dan menjaga citra organisasi agar tetap positif.

Iklm komunikasi organisasi dalam suatu perusahaan sangat menentukan kinerja karyawan, maka dari itu pemimpin harus jeli dalam menangkap situasi dan kondisi iklim komunikasi di perusahaan tersebut. Istilah “Iklim” disini merupakan kiasan (Metafora). Kiasan adalah bentuk ucapan yang di dalamnya suatu istilah atau frase jelas artinya dalam situasi yang berbeda yang bertujuan menyatakan suatu kemiripan. Contohnya: tempat ini di rumah sendiri, nyaman, suasanya kekeluargaan, meskipun perbandingan figuratif, perbandingan tersebut memberi informasi mengenai ini, struktur, dan arti situasi baru tersebut. Frase iklim komunikasi organisasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama seperti iklim anda membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan, cara orang berkreasi terhadap suatu aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Iklim fisik terdiri dari kondisi kondisi cuaca umum mengenai suatu wilayah.

Iklm komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan dan organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan-pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi berhubungan dengan persepsi-persepsi anggota perusahaan terhadap informasi dan peristiwa yang terjadi. Dengan begitu jika komunikasi berjalan positif diantara anggota, maka akan timbul suasana kerja yang penuh dengan persaudaraan, para anggota perusahaan berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah, dengan anggota lain. Hal ini dengan sendirinya dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan iklim komunikasi yang negative dapat menyebabkan saling curiga dan tertutup antar karyawan. Iklim Organisasi, *Kreeps* dan *Curtis* yang dikutip oleh Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto dan Yenny Ratna Suminar dalam buku *Komunikasi Organisasional* menyatakan bahwa: Iklim organisasi adalah sifat emosional intern organisasi yang didasarkan pada bagaimana senangnya para anggota organisasi terhadap satu sama lain dan terhadap organisasi. Konsep tersebut dibuat atas dasar analogi antara kondisi lingkungan bisnis dan kondisi cuaca. Beberapa iklim kerja dikategorikan hangat dan gembira bila orang-orang yang terlibat didalamnya diperhatikan dan diperlakukan sesuai dengan martabatnya. Sebenarnya pengertian iklim organisasi belum ada kesepakatan yang sama dari para ilmuwan. Hal ini dikarenakan iklim organisasi sangat kompleks cakupan pembahasannya, karena mencakup semua unsur dasar organisasi yaitu anggota, pekerjaan, praktik-praktik yang berhubungan dengan pengelolaan, struktur dan pedomanan. Namun dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi adalah suatu situasi dan kondisi yang terjadi di dalam organisasi yang terbentuk dari perpaduan unsur-unsur organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja anggota organisasi. Dari penjabaran iklim komunikasi dan iklim organisasi di atas, ditemukankesamaan diantara keduanya, yaitu sama-sama dapat mempengaruhi kinerja anggota organisasi. Setelah kita menelaah iklim komunikasi dan iklim organisasi, maka kita akan membahas secara keseluruhan yaitu iklim komunikasi organisasi.

Menurut *Falcinone* yang dikutip oleh *Wayne Pace* dan *Don F. Faules* dalam buku *Komunikasi Organisasi* menjelaskan bahwa : Iklim komunikasi organisasi adalah suatu citra makro, abstrak dangabungan dari suatu fenomena global yang disebut komuniksai organisasi. Kita mengansumsikan bahwa iklim

berkembang dari interaksi antara sifat-sifat suatu organisasi dan persepsi individu atas sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi.

Untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi dapat mengkaji teori *Charles Redding* yang dikutip oleh Arni Muhamad dalam buku *Komunikasi Organisasi* yang mengemukakan lima dimensi penting dari iklim organisasi yaitu: *Supportiveness*, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun, dan menjaga perasaan diri berharga, dan penting, partisipasi membuat keputusan, kepercayaan, dapat dipercaya, dan dapat menyimpan rahasia, keterbukaan, dan keterusterangan, tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

Supportiveness dapat dibagi lagi menjadi beberapa kategori, menurut *Gibb* yang dikutip oleh Soleh Soemirat, dkk dalam buku *Komunikasi Organisasional* bahwa "tingkah laku komunikasi tertentu dari anggota organisasi mengarahkan kepada iklim *supportiveness*. Di antara tingkah laku tersebut adalah sebagai berikut : Deskripsi, anggota organisasi memfokuskan pesan mereka kepada kejadian yang dapat diamati dari pada evaluasi secara subjektif atau emosional. Orientasi masalah, anggota organisasi memfokuskan komunikasi mereka kepada pemecahan kesulitan mereka secara bersama, spontanitas, anggota organisasi berkomunikasi dengan sopan dalam merespons situasi yang terjadi, empati, anggota organisasi memperlihatkan perhatian dan pengertian terhadap anggota lainnya, kesamaan, anggota organisasi memperlakukan anggota yang lain sebagai teman dan tidak menekankan kepada kedudukan dan kekuasaan, provisionalism, anggota organisasi bersifat fleksibel dan menyesuaikan diri pada situasi komunikasi yang berbeda.

Indikator di atas dapat dijadikan masukan bagi organisasi untuk mengetahui apakah iklim komunikasinya positif atau negatif. Iklim komunikasi organisasi berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan karena iklim komunikasi organisasi juga memberikan pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Hal

ini ditegaskan dengan pendapat *Guzley* yang dikutip oleh Akhi. Muwafik Saleh dalam buku *Fungsi Komunikasi dalam Organisasi* bahwa : Keputusan dan perilaku individu berupa Keputusan-keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk meraih kesempatan dalam organisasi secara bersemangat, untuk mendukung para rekan secara dan anggota organisasi lainnya, untuk melaksanakan tugas secara kreatif, untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya.

Fungsi Komunikasi dalam Organisasi, dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi untuk menarik keuntungan (profit) maupun nirlaba (non-profit), memiliki empat fungsi organisasi, yaitu: fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif. Keempat fungsi tersebut dijelaskan sebagai berikut: Fungsi Informatif Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Fungsi Regulatif, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh pada fungsi regulatif ini. *Pertama*, atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang memiliki wewenang untuk mengendalikan informasi dan memberikan intruksi atau perintah. *Kedua*, berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan. Fungsi Persuasif, fungsi ini lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan. Fungsi persuasif adalah penyeimbang dari pemberian intruksi. Seorang atasan harus pintar-pintar mendapatkan hati para karyawannya, maka persuasif inilah caranya. Atasan dalam memberikan intruksi pekerjaan juga harus dibarengi dengan sikap mengajak yang santun dan bijak. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding jika pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya. Fungsi Integratif, setiap organisasi

berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. “Ada dua saluran komunikasi yaitu, *formal*, seperti penerbitan khusus dalam organisasi (*newsletter*) dan laporan kemajuan organisasi juga saluran *informal*, seperti perbincangan antarpribadi dalam masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, dan lain-lain.”

B. METODOLOGI

Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus, dan multimetode, bersifat alami dan holistic, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Dari sisi lain dan secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kualitatif yang mengurai data-data yang berkaitan dengan Komunikasi Organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu: Metode wawancara, Metode Observasi, Metode dokumentasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Komunikasi organisasi merupakan suatu proses komunikasi didalam organisasi formal maupun informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks, dalam hal ini untuk mendapatkan komunikasi organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. Penulis menggunakan konsep *Goldhaber* dengan menggunakan 7 konsep di tempat

penelitian untuk mendapatkan gambaran aktifitas komunikasi organisasi yang terjadi didalam Pusat Informasi Haji.

Proses, Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya makanya dikatakan sebagai suatu proses. Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, namun juga memberikan respons dan tanggapan, serta menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh penerima, dan publik yang terkena dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses komunikasi organisasi yang terjadi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan adalah dengan menggunakan metode linear.

Pesan, Bentuk pesan yang digunakan dalam menyebarkan informasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan menggunakan papan pengumuman, surat edaran, jaringan telepon, E-mail, fax, telepon genggam, rapat umum, rapat per seksi, rapat kondisi. Isi pesan yang terdapat di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan adalah hal yang mencakup tentang Haji dan Umrah, baik itu tentang pesan yang bersifat umum dan penting.

Jaringan, Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Cakupan Pusat Informasi haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan yaitu wilayah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Dalam komunikasi organisasi yang terjadi di Pusat

Informasi haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan memiliki cangkupan ke wilayah-wilayah lain. Setiap pemimpin pasti memiliki cara yang berbeda dalam menyampaikan informasi kepada bawahannya. Hal ini tergantung dari informasi yang akan disampaikan. Jika informasi yang akan disampaikan bersifat umum, misalnya cuti bersama untuk Idul Fitri, Idul Adha maka pengumuman dari Kementerian Agama akan ditempel di papan pengumuman. Sedangkan jika informasinya memerlukan intensitas, misalnya pimpinan menyampaikan perintah mengenai pekerjaan, maka informasi tersebut disampaikan per kepala seksi. Kemudian kepala seksi menyampaikan kepada

Keadaan Saling Tergantung, Komunikasi organisasi dibagi menjadi dua dimensi yaitu komunikasi vertikal dan horizontal, komunikasi internal vertikal adalah komunikasi dari atas kebawah dari bawah ke atas atau komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik (*two way traffic communication*). Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan intruksi, petunjuk, informasi, dan penjelasan kepada bawahannya. Kemudian bawahannya memberikan laporan, saran, pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan. Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut sangat penting dalam organisasi karena jika satu arah saja, misalnya dari pimpinan kepada bawahannya saja, maka roda organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Komunikasi vertikal sangat lancar, terbuka dan saling mengisi merupakan sikap pimpinan yang demokratis. Pimpinan perlu mengetahui laporan, tanggapan atau saran para bawahan sehingga satu keputusan atau kebijaksanaan dapat diambil dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Horizontal Pelaksanaan komunikasi organisasi tidak hanya dilakukan antara pimpinan dan bawahan atau secara vertikal saja, komunikasi organisasi secara horizontal juga harus dilakukan. Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar antara karyawan dengan sesama karyawan, pimpinan dengan sesama pimpinan dan sebagainya.

Hubungan komunikasi organisasi yang terjadi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan adalah hubungan yang terjadi antara Kepala Bidang, Kepala seksi dan Staf. Proses hubungan yang

terjadi antara Kepala Bidang, Kepala Seksi dan Staf terjalin secara baik itu dikarenakan adanya komunikasi yang selalu dijalin dan saling menjaga hubungan baik untuk kepentingan bersama.

Lingkungan Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu lingkungan internal yang melayani hingga melaksanakan pemberangkatan dan pemulangan jamaah ibadah haji. Begitu pula untuk lingkungan eksternal selalu melayani masyarakat maupun lembaga-lembaga untuk memberikan informasi seputar pelaksanaan ibadah haji.

Ketidakpastian, yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Ketidakpastian informasi lama dan informasi baru dalam komunikasi organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan tidak ada, dikarenakan dalam menyampaikan informasi keluar itu dilakukan secara terus menerus dan jelas, karena proses dalam penyampaian pesan yang dilakukan sesuai dengan peraturan di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan.

D. SIMPULAN

Sebagai upaya dari hasil pembahasan dalam penulisan skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Dari uraian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan sesuai dengan teori Komunikasi Organisasi menurut *Goldhaber*. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan agar lebih meningkatkan lagi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat yang berada jauh dari Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan dilakukan

penelitian lebih lanjut dengan menggunakan teori yang berbeda, tempat yang berbeda dan tetap berhubungan dengan komunikasi organisasi.

FOOTNOTE

¹ Morisan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta:Kencana, 2013) hlm. 384

² George R. Terry, *prinsip-prinsip manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013)hlm.146

³ Morisan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013) hlm. 1

⁴ Alhadid Oktavian, *Analisis Komunikasi Organisasi Dalam Distribusi Obat di PT.Anugrah Pharmindo Lestari Palembang*, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN raden fatah Palembang) hlm. 5

⁵ Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) hlm. 67

⁶ Julia T.wood, *Komunikasi: Teori dan Praktik (komunikasi dalam Kehidupan Kita* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013) hlm. 9

⁷ A. Munir Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: kencana, 2014) hlm. 400

⁸ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: kencana, 2007) hlm. 124

⁹ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) hlm. 33

¹⁰ Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) hlm.65

¹¹ Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000) hlm. 13

- ¹²Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) hlm.74
- ¹³ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) hlm. 172
- ¹⁴ Soleh Soemirat, dkk., *komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000) hlm. 214
- ¹⁵ Phil. Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Bimacipta, 1986) hlm.89
- ¹⁶ Soleh Soemirat, dkk, *Op.Cit*, hlm. 221
- ¹⁷ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) hlm. 146
- ¹⁸Soleh Soemirat, dkk, *Op.Cit*, hlm. 75
- ¹⁹R. Wayne Pace & Don F.Faules, *Komunikasi Organisasi*, *Op.Cit*, hlm. 149
- ²⁰ Arni Muhamad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta, Bumi Aksara, 2014) hlm. 85
- ²¹ Soleh Soemirat, dkk., *Komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000) hlm. 69
- ²² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2007) hlm. 274
- ¹⁸Soleh Soemirat, dkk, *Op.Cit*, hlm. 25

WAWANCARA

- ¹⁸ Wawancara dengan bapak Janaluddin selaku *Kepala Bidang Penyelenggara Haji dan Umrah* Pusat Informasi Haji Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan pada hari rabu, 1 November 2017 di ruang Bidang Penyelenggara Haji dan Umrah Pusat Informasi Haji Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, M. Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: kencana, 2007

- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2013
- Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014
- Oktavian, Alhadid, *Analisis Komunikasi Organisasi Dalam Distribusi Obat di PT.Anugrah Pharmindo Lestari Palembang*, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)
- Pace R. Wayne, dan Faules Don F, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006
- Soemirat, Soleh, dkk, *Komunikasi Organisasional*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2000
- S.Susanto, Astrid, Phil, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Bimacipta: 1986
- Terry, George R., *prinsip-prinsip manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013
- Wood, Julia T, *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan kita)*, Jakarta: Salemba Humanika, 2013
- Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014