



**ASPIKOM**  
Press

**ASPIKOM DIY-JATENG**

editor:

Muhamad Sulhan  
Yani Tri Wijayanti

# Dinamika Komunikasi

Konsep dan Konteks  
di Beragam Bidang Kehidupan



# **Dinamika Komunikasi**

**Konsep dan Konteks  
di Beragam Bidang Kehidupan**



Editor:  
**Muhamad Sulhan**  
**Yani Tri Wljayanti**

# **Dinamika Komunikasi**

**Konsep dan Konteks  
di Beragam Bidang Kehidupan**



**ASPIKOM**  
Press

# **Dinamika Komunikasi**

## **Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan**

Editor:

**Muhamad Sulhan  
Yani Tri Wijayanti**

Penulis:

**Agung Prabowo, Alip Kunandar, Basuki Agus Suparno,  
Betty Gama, Dian Arymami, Fajar Junaedi, Filosa Gita Sukmono,  
Irham Nur Anshari, Lisa Mardiana, Mite Setiansah,  
Muhamad Sulhan, Muria Endah Sokowati,  
Raditia Yudistira Sujanto, Rouli Manalu, Setio Budi H. Hutomo,  
Triyono Lukmantoro, Turnomo Rahardjo, Wildan Namora I. S,  
Wulan Herdiningsih, Yani Tri Wijayanti, Yohanes Widodo,  
Yoto Widodo**

Desain Sampul dan Tata Letak:

**Alip Yog Kunandar**

### **Hak cipta dilindungi undang-undang**

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Diterbitkan oleh:

**Aspikom Press**  
bekerjasama dengan  
**Galuh Patria Publishing**

**ISBN: 978-602-97613-3-7**

# Daftar Isi

Daftar Isi.....	3
Kata Pengantar.....	5
Pendahuluan:	
<i>Dari Keberagaman Menuju Kebermanfaatan</i>	
<b>Muhamad Sulhan</b> .....	10
<b>SATU: KONSEP UTAMA DINAMIKA ILMU KOMUNIKASI</b>	
1 Komunikasi sebagai Fenomena Keilmuan	
<b>Turnomo Rahardjo</b> .....	21
2 Eklektikisme Kajian Komunikasi: Tantangan Improvisasi di Tengah Kemiskinan Imajinasi	
<b>Muhamad Sulhan</b> .....	39
3 Diantara Pertarungan Perspektif Barat dan Timur: Posisi Ilmu dan Pendidikan Komunikasi Indonesia menuju kontribusi global	
<b>Setio Budi H.H</b> .....	58
4 Rethorical Criticism: Sebuah Alternatif Metode Penelitian Komunikasi Terapan	
<b>Agung Prabowo dan Basuki Agung Suparno</b> .....	72
<b>DUA: KONTEKS KAJIAN KOMUNIKASI</b>	
5 Internet dan Penelitian Ilmu Komunikasi di Indonesia: Kesempatan dan Tantangan dalam Eksplorasi Tema, Data, dan Metoda Penelitian Komunikasi	
<b>Rouli Manalu</b> .....	103
6 Memahami Ulang Pembajakan Media Digital	
<b>Irham Nur Anshari</b> .....	124
7 Startup Media dan Model Bisnis Media Digital	
<b>Yohanes Widodo</b> .....	138
8 Mengurai Pertentangan Ekonomi Politik dan Kajian Budaya	
<b>Triyono Lukmantoro</b> .....	158

9	Human Relations dalam Organisasi <i>Yani Tri Wijayanti</i> .....	173
10	Telaah Komunikasi Keluarga dalam Interseksi Keintiman <i>Dian Arymami</i> .....	192
11	Seks untuk Remaja: Antara Tabu dan Nikmat <i>Muria Endah Sokowati</i> .....	207

### **TIGA: STRATEGI KOMUNIKASI**

12	Ketika Propaganda, Jurnalisme, dan Public Relations Berkongsi : Pemberitaan Mengenai Kasus Terkait Hary Tanoe dalam Media MNC Group <i>Alip Kunandar</i> .....	229
13	Senjakala Media Cetak, Kebangkitan Media Daring : Jurnalisme Sepakbola di Era Media Baru <i>Fajar Junaedi</i> .....	248
14	Problematika Isu Multikultur dan Minoritas dalam Film Indonesia: Studi pada Komunitas Film di Yogyakarta <i>Filosa Gita Sukmono</i> .....	260
15	Membangun Ketahanan Digital Anak Millenium Ketiga: Melindungi tanpa Menghalangi <i>Mite Setiansah</i> .....	271
16	Dinamika Peran PR dalam Komunikasi Pemasaran Bisnis E-Commerce (Perspektif Customer Relation- ship) <i>Raditia Yudisthira Sujanto</i> .....	287
17	Konstruksi Sosial Cultural Event sebagai City Brand- ing Kota Solo <i>Betty Gama dan Yoto Widodo</i> .....	307
18	Fenomena e-WOM dalam Komunikasi Pariwisata <i>Lisa Mardiana, Wulan Herdiningsih, dan Wildan Namora I. S.</i> .....	323
	<b>Tentang Penulis</b> .....	341

# Kata Pengantar

Judul buku ini (Dinamika Komunikasi) tidak hanya menunjukkan kedinamisan subjek tema yang ditulis. Judul tersebut juga mengindikasikan betapa dinamisnya proses penulisan. Memang benar, tantangan untuk mengumpulkan belasan penulis dari beragam perguruan tinggi jauh lebih menantang dari pada menulis sendirian. Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Jateng- DIY, bersikeras menantang diri untuk mewujudkan proyek tersebut. Bermula dari bulan Maret 2017. Segala sesuatu nampaknya berjalan sesuai dengan rencana. Tim penulis dibentuk. Distribusi tema dan pemberitahuan tertulis disebarakan melalui media WhatsApps (WA) group. Bersama dengan itu, semua penulis dihimpun. Komitmen memang menjadi sebuah kata kunci. Sisanya adalah waktu, tenaga, dan (tentu saja) dana. Segera saja, proyek penulisan berubah menjadi ‘teror’ dan ‘depresi’ bagi setiap orang. Ragam faktor tadi dengan segera menjadi bagian tak terpisahkan dari proyek buku bersama ini. Mari mulai bicara sisi paling menarik. Awal mula proyek ini terpantik.

Sejak bulan Maret, delapan orang dari lima universitas berkomitmen membuat buku bersama. Motif dan semangatnya murni unjuk gigi sebagai region ASPIKOM yang ketat dengan tradisi menulis bersama. Dari delapan orang pemula itu, ajakan disebarakan dengan mempergunakan metode komunikasi primitif, word of mouth (WOM). Hasilnya menggembirakan. Belasan orang kemudian menegaskan keikutsertaan. Beberapa kali pertemuan tim membuat proyek ini hanyalah sebuah pekerjaan yang digaransi



'selesai' sesuai dengan waktu dan agenda yang disepakati. Tercatat 18 (delapan belas) tema akan ditulis. Semua sepakat Mematok target, September naik cetak!

Kemudian hari demi hari berganti. Bulan demi bulan datang menjelang. Seluruh tim terperangah menyadari bulan Agustus telah tiba. Faktanya, baru lima draft tulisan yang diterima. Sementara belasan penulis lainnya belum memberikan kepastian, kapan draft akan diberikan. Waktu menjadi penentu setiap kegiatan. Waktu pula yang menjadi persoalan setiap orang. Rata-rata penulis adalah mereka yang menjabat diberbagai perguruan tinggi. Posisi kunci. Mereka juga rata-rata berkulat dengan studi Doktorat. Sibuk sekali. Saya paham, tepat pada saat mereka harus menulis, tenaga mereka sudah habis. Kelelahan. Akhirnya posisi editor tiba-tiba berubah menjadi layaknya debt collector (baca, tukang tagih). Menafikan perasaan tak nyaman, saya terpaksa mengambil alih fungsi debt collector tersebut. Syukurlah, tugas tak menyenangkan itu berbuah *happy ending*. Delapan belas penulis mengumpulkan draft tulisannya. Di tengah bulan September. Giliran saya yang terteror. Harus mengorganisir tema-tema berserakan itu ke dalam sebuah 'payung' tema utama. Hingga akhirnya buku ini bisa hadir di tangan pembaca. Ulasan tentang tema utama itu bisa langsung Anda temukan saat membaca bagian Pendahuluan.

Salah satu yang paling menarik dari kerja bersama ini adalah komitmen setiap penulis akan dana proyek. Buku ini hadir tanpa sponsor penyokong dana sama sekali. Itu alasan mengapa segala pekerjaan dilakukan dalam hening, sunyi, sepi, sebagai tanda kurang percaya diri. Beberapa teman sempat mempertanyakan tentang berjalan atau tidaknya proyek ini. Terobosan bergaya *social capital* pun dilakukan. Setiap penulis akan membiayai buku ini. Pada setiap orang yang tergabung dalam kontributor naskah, juga diwajibkan menyumbangkan dana sebagai pendukung biaya produksi. Nama kerennya, gotong royong. Dari kita, oleh kita, untuk mereka. Nampak sederhana. Tidak demikian dalam kenyataannya. Namun jika kemudian editor harus menyampaikan ucapan terima kasih kepada sosok yang paling berjasa atas realisasi ide proyek ini, ucapan itu layak ditujukan kepada 18 (delapan belas) penulis naskah yang sudah berjibaku hari demi hari. Mereka berjabat tangan bersama. Mengumpulkan modal bersama. Lahirlah sebuah karya yang maknanya tidak sederhana. Fakta modal bersama itu menunjukkan bahwa kesadaran dan penghargaan atas

sebuah karya tulis telah menjadi tradisi dan harga mati para akademisi perguruan tinggi. Khususnya bagi penegak tradisi dan ilmu komunikasi.

Akhirnya, kita semua percaya bahwa kekuatan 'tangan' dan intervensi Tuhan terbukti dengan terbitnya buku ini. Untuk itu semua, kita layak mengucapkan syukur Alhamdulillah bersama-sama. Bukan tentang bukunya itu sendiri sebagai sebuah hasil jadi, melainkan proses kebersamaan, apresiasi dan toleransi atas keterbatasan diri. Bahkan di tengah segala keterbatasan waktu, tenaga, dan dana yang melingkupi hari-hari sibuk setiap orang, 18 (delapan belas) penulis telah menunjukkan tradisi bersama yang senantiasa ada. Proyek bersama ini akan terus hadir dalam beragam bentuknya. Selamat menikmati lembar demi lembar adonan khas tentang dinamika komunikasi. Mari ...

Yogyakarta, September 2017

Pendahuluan:

# Dari Keberagaman Menuju Kebermanfaatan

Muhamad Sulhan & Yani Tri Wijayanti

**S**aat memberikan pengantar untuk buku *The Handbook of Communication Science* (2010), tiga editornya – Charles R. Berger, Michael E. Roloff, & David R. Roskos Ewoldsen, bersepakat bahwa ranah komunikasi telah berkembang dengan dinamis sedemikian rupa, hingga pada titik tak terbayangkan oleh mereka. Itulah alasan utama mengapa mereka meluncurkan buku dengan judul yang sama sebagai edisi kedua dengan jarak terbit hampir empat dekade. Edisi pertama terbit pada tahun 1973, dan edisi kedua terbit pada tahun 2011. Bisa dibayangkan apa yang terjadi dalam ranah komunikasi sepanjang empat dekade itu. Sebuah lompatan kemajuan proses berkomunikasi manusia yang benar-benar berbeda. Terutama karena ditunjang oleh teknologi informasi dan komunikasi. Dunia komunikasi di era 70-an betul-betul telah menjadi demikian primitifnya di mata generasi millennial tahun 2000-an. Fenomena ‘ledakan komunikasi’ yang tak terbayangkan tadi membuat ketiga editor secara serius melihat komunikasi sebagai sebuah ranah yang akan terus dinamis, nyaris tanpa batas. Terjadilah perombakan besar-besaran pada buku *The Handbook of Communication Science* tersebut. Sebuah perombakan yang betul-betul menjadi sebuah penulisan buku yang baru. Komunikasi memang dunia yang dinamis. Sama dinamisnya dengan manusia yang menjadi objek kaji utama.

Meskipun diakui bahwa komunikasi sebagai sebuah disiplin keilmuan baru muncul belakangan, namun komunikasi sebagai

sebuah konsep telah lahir dan mengada sejak manusia itu 'mengada' di kehidupannya (Littlejohn & Foss, 2009). Kondisi dan situasi pascaperang dunia II telah membawa para peneliti dan ilmuwan sosial dari Sosiologi, Politik, dan Psikologi menghasilkan disiplin baru bernama komunikasi (Schramm, 1997; Ruben & Stewart, 2006). Semua peneliti dan penggagas awal kajian komunikasi meyakini bahwa disiplin ilmu ini lahir karena kekuatan keragaman. Dia muncul karena objek kaji dan metode kajian yang mempertemukan beberapa cabang ilmu dengan sangat harmonis. Sifat beragam itulah yang membawa serta dinamika sebagai hal yang otentik di dalam diri kajian komunikasi. Mengupas komunikasi berarti sama dengan mengupas esensi keberagaman itu tadi.

Buku yang tengah Anda baca ini berupaya merangkum kompleksitas dunia komunikasi. Boleh dibilang upaya ini sangat obsesif, bahkan utopis. Seluruh penulis chapter pada dasarnya sangat memahami kekayaan sekaligus juga keunikan fenomena komunikasi. Upaya untuk menggambarkan dinamisnya fenomena komunikasi itulah yang coba untuk dilakukan 18 (delapan belas) penulis. Mereka berasal dari beragam perguruan tinggi Ilmu Komunikasi yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah (Jateng). Tentu saja keahlian mereka juga beragam. Keragaman itu pula yang membuat seluruh tulisan tidak mungkin disatukan dalam satu tema utama tertentu yang mampu menghimpun seluruh isi tulisan. Untuk menjaga koherensi antar tulisan, seluruh chapter diletakan pada tekanan tema masing-masing. Dengan sedikit naif kami (editor) akan menyebutnya tema besar. Di dalam buku ini terdapat tiga tema besar dengan orientasi penjelasan chapter demi chapter yang mendukung argumen tema besar tersebut. Mari kita telusuri dengan maksud Anda bisa memahami secara cepat isi buku ini.

**Pertama**, bagian awal buku ini bercerita tentang beberapa konsep mendasar yang secara serius menjadi tema diskusi menarik dalam perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia. Tiga isu utama di dalamnya adalah tentang aspek ontologis, daya jangkau epistemologis, dan tawaran metodologi alternatif. Ditunjang empat chapter, narasi bagian pertama ini mengetengahkan kegelisahan atas tajamnya perbedaan sudut pandang antara hakekat ilmu pengetahuan sosial oleh para sarjana di dunia Barat dan para 'penggali' kearifan di dunia Timur. Dengan menggugat sudut pandang kolonialis, dua penulis (Turnomo Rahardjo, dan Setio Budi

HH) mempersembahkan masing-masing satu chapter menarik tentang tarik menarik, dan peluang kepopuleran fenomena komunikasi di negara-negar Timur. Sementara itu berada di aspek ontologis, Muhamad Sulhan menguraikan bagaimana menjawab kegelisahan para sarjana komunikasi atas keunikan unit kajian dan ruang ekspresi akademis bagi lulusan ilmu sosial termuda ini. Komunikasi pada dasarnya adalah tentang pertemuan keberagaman, dari pada menentang spirit 'sosial' dari cabang ilmu ini, Sulhan menyarankan untuk membangun 'dialog' harmonis dengan seluruh anak cabang ilmu sosial lainnya. Sementara itu, Agung Prabowo dan Basuki Agung Suparno menawarkan sebuah metode analisis yang berbasis pada kekuatan naratif (penceritaan). Analisis dengan metode retorika ditawarkan oleh kedua penulis itu sebagai sebuah cara mempelajari teks dan perilaku komunikasi dalam beragam orientasi. Ragam bukti menunjukkan bahwa strategi retorik begitu berhubungan dengan keberhasilan memperoleh kekuasaan, berikut mempertahankan, dan bahkan membolak-balik kebenaran. Versi mereka, metode ini bisa dijadikan alternatif di tengah populernya analisis pembingkaiian (*framing*) dan analisis wacana (*discourse*).

Bagian *kedua* dari buku ini bercerita tentang konteks komunikasi. Yang dimaksud dengan konteks di sini adalah bidang atau area kehidupan di mana aspek komunikasi memiliki dinamika tersendiri yang unik. Jika Craig & Muller (2007) menggunakan istilah *field* (bidang) untuk mengungkap tujuh tradisi dalam memetakan dinamika komunikasi berdasarkan basis teori, maka bagian kedua buku ini memiliki maksud yang kurang lebih sama. Bagian konteks komunikasi terdiri dari 7 (tujuh) chapter yang mengulas kajian unik atas fenomena media dalam studi komunikasi (digital, dan konvensional), konteks budaya, konteks organisasi, keluarga, dan terakhir tentang isu seksualitas yang menjadi wacana umum media.

Dibuka dengan tulisan Rouli Manalu yang secara meta-analisis menelaah abstrak artikel penelitian di lima belas jurnal ilmiah Ilmu Komunikasi yang diterbitkan oleh institusi Ilmu Komunikasi di Indonesia. Fokus Manalu adalah pada ragam penelitian tentang internet, yang menurutnya juga sekaligus membuka peluang fungsi internet yang akan memperkaya dan membantu mengembangkan proses penelitian di bidang komunikasi. Tulisan berikutnya tentang fenomena pembajakan digital. Ditulis oleh Irham Nur

Anshari, isinya mengungkap dua sisi implikasi pembajakan di dunia digital. Di satu sisi berimplikasi pada terbentuknya relasi kuasa media global baru yang tetap memiliki pusat-pusat. Di sisi lain sifat produk media yang cair memungkinkan tumbuhnya pusat media yang lebih terseleksi dan ternegosiasi hingga memantik keragaman konsumsi produk media global. Fenomena menarik perkembangan dunia digital juga diulas dengan sangat menarik oleh Yohanes Widodo. Tulisan ketiga pada bagian ini bercerita tentang industri digital (startup) yang mengalami euforia sesaat untuk kemudian bermetamorfosis agar tetap hidup dan bertahan. Dilema sisi praktis kepentingan ekonomi bisnis yang secara kodrati melekat pada dunia digital ditengarai oleh Widodo akan memberangus sisi jurnalisme bertanggung jawab yang seharusnya menjadi konsen para sarjana dunia komunikasi.

Penulis keempat pada ranah konteks komunikasi adalah Triyono Lukmantoro. Fokus tulisan mengarah pada tawaran 'perdamaian' berupa penyatuan ekonomi politik dan kajian budaya. Berbekal bongkaran referensi tentang 'tidak akurat' nya dua perspektif tadi, Triyono mengusulkan sebuah jalan tengah yaitu mulai diterapkannya pemikiran Marxisme ortodoks yang secara vulgar menempatkan cara memproduksi kapitalis sebagai basis dan memposisikan budaya sebagai suprastruktur. Kedua sudut pandang tadi seharusnya bisa saling melengkapi, dari pada harus diposisikan secara berhadapan (opposite).

Yani Tri Wijayanti menelaah sebuah konteks komunikasi organisasi yang begitu vulgar terjadi dalam kehidupan manusia, namun lenyap ditelan gegap gempita pendekatan manajemen. Fokus tulisan Yani adalah tentang pentingnya melihat komunikasi antar manusia sebagai roh sebuah organisasi. Tawarannya tentang aktualisasi bentuk komunikasi interpersonal sebagai sebuah solusi relasi antar manusia dalam sebuah organisasi nampaknya akan semakin dilihat sebagai sebuah langkah strategis di masa depan. Sisi unik organisasi inilah yang diteropong secara unik oleh penulis berikutnya.

Dian Arymami mengetengahkan konteks dinamika komunikasi dalam logika *gemeinschaft*. Komunikasi interpersonal menjadi urat nadi yang cenderung terlupakan dalam sebuah keluarga. Perkembangan teknologi komunikasi menghadirkan tantangan bagi sebuah keluarga untuk membina dan mempertahankan keintiman. Persoalan komunikasi keluarga hadir dalam bidang

kompleksitas yang sama; dimana komunikasi interpersonal tidak dapat digeser dari titik sentral interaksi dalam keluarga. Di tengah ekologi komunikasi demikian, telaah komunikasi keluarga didorong untuk memperhatikan jantung dari interaksi keintiman dan interpersonal, sekaligus interkoneksinya dengan ekologi komunikasi yang berkembang. Bagi Dian, kompleksitas ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjahit beragam pendekatan dalam konsepsi keluarga dan ragam teori komunikasi.

Bagian konteks komunikasi ditutup dengan tulisan Muria Endah Sokowati. Artikel Endah berasal dari penelitian tentang kontestasi wacana seks yang terdapat pada artikel seksual di majalah remaja. Dilema muncul saat wacana seks terjebak dalam ruang nikmat di satu titik, dengan ruang kepatutan di sisi lain. Era keterbukaan dan perkembangan zaman memantik media (dalam hal ini majalah) untuk ikut dalam memberikan pendidikan seks kepada remaja. Pada titik lebih jauh, Endah menemukan kecenderungan bahwa wacana seksualitas ternyata masih sarat dengan bias gender. Mata lelaki selalu lebih sering dimanjakan melalui beragam representasi seks yang muncul dalam artikel majalah remaja tentang seks. Wacana seksualitas dalam majalah remaja menunjukkan berlakunya paham heteronormativitas yang maskulin. Endah menawarkan sebuah “neraca berimbang” dalam mencermati fenomena tersebut.

Bagian *ketiga* dari tema besar buku ini bercerita tentang rangkaian strategi komunikasi yang berlangsung dan diterapkan di Indonesia. Di dalamnya terdapat 7 (tujuh) chapter tentang ragam temuan, kajian, dan paparan strategi komunikasi. Berawal dari tulisan tentang ‘kolaborasi strategis’ tiga ranah kajian demi kepentingan kapitalis di sebuah stasiun televisi di Indonesia, elaborasi hasil penelitian dalam bagian tiga ini mengulas tentang jurnalistik, film, media baru, dan bagaimana keunikan prinsip public relations diterapkan di dalam dunia pemasaran pariwisata dengan menggunakan perangkat terkini teknologi komunikasi. Kata strategi sengaja disematkan pada bagian ini, mengingat isi chapter rata-rata menunjukkan sebuah sudut pandang baru tentang kebermanfaatannya ilmu komunikasi. Mari kita telisik satu demi satu.

Dimulai dari tulisan Alip Kunandar yang melihat problem mendasar dari unsur kepemilikan media. Berkaca dari kasus menguatnya unjuk peran para konglomerat media televisi di Indo-

nesia ke dalam dunia politik, Alip melihat tumpang tindih kepentingan yang membahayakan kepentingan publik atas hak mendapatkan informasi yang berimbang, tak memihak, dan merdeka sesuai hak asasi manusia. Maraknya praktik monopoli maupun oligopoli dalam bisnis media, secara tidak langsung akan memicu pula penggunaan media tersebut untuk kepentingan sempit perolehan kekuasaan secara singkat. Publik media terancam.

Tulisan kedua tentang strategi kebangkitan media daring. Ini fakta unik. Ditulis dengan jujur oleh Fajar Junaedi. Berlatar belakang pada gairah penggemar sepakbola di tanah air, Fajar merekam munculnya praktik baru tentang pengelolaan media sebagai ekologi jurnalistik di Indonesia. Paparan Fajar tentang Fandom dan Pandit Football telah mengubah persepsi klasik atas jurnalistik olahraga, terutama sepakbola. Perubahan yang terjadi bukan sekadar perubahan teknologi, namun perubahan dari perilaku bermedia. Terjadi kecenderungan perpindahan ke media daring. Perkembangan dan sifat ekspansif yang melekat pada media baru ternyata bisa dimanfaatkan oleh pelaku jurnalistik sepakbola. Inilah yang membuat metamorfosa media konvensional menemukan ranah baru untuk bertahan dan berkembang. Fajar memberikan kunci bagi media daring tersebut untuk bertahan adalah mampu memahami kebutuhan audiens dalam penggunaan media baru. Pemahaman Fajar akan kuatnya pengaruh komunitas penggemar bola juga terjadi pada dinamika komunitas lain dalam dunia yang berbeda. Dunia sinema.

Tulisan ketiga oleh Filosa Gita Sukmono bercerita tentang situasi ironis terkait dengan film-film yang berkisah tentang narasi multikultur dan kaum minoritas. Artikel yang berasal dari penelitian terhadap komunitas film di Yogyakarta, menunjukkan fakta ambiguitas para sineas independen dalam melihat karya dengan konten multikultur. Di satu sisi film tentang minoritas dan multikultur dianggap sebagai barang tak laku, namun di sisi lain film tentang mereka menjadi begitu esensial untuk mempertahankan idealisme dan penunjang proyek raksasa literasi keanekaragaman. Itulah sinema dengan konten ideal, dianggap tidak menjual. Uniknya, tetap dibutuhkan demi sebuah semangat kebersamaan.

Tulisan keempat disumbang oleh Mite Setiansah yang memberi 'peringatan' pada kita semua tentang potensi bahaya serius media digital bagi anak-anak. Fenomena semakin akrabnya anak-anak dengan kehidupan dunia maya berwujud gadget, memun-



culkan situasi dilematis. Generasi net giner dengan pengalaman terlibat penuh teknologi informasi membuat netizen memiliki kesempatan berkembang melebihi potensi orang tua mereka. Kekhawatiran orang tua kemudian muncul seiring dengan lonjakan pemikiran, sikap, dan perilaku anak-anak digital. Untuk mengantisipasi efek buruk dan berbahaya dari ketergantungan pada dunia digital itu, Mite mengusulkan terma ketahanan digital. Kunci keberhasilan dalam mengatasi problem digital pada anak-anak terletak pada orang tua. Mereka harus memastikan bahwa seorang anak tidak melulu berselancar di dunia maya tanpa bekal pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan karakter (*attitude*).

Tulisan berikutnya berasal dari eksplorasi Raditia Yudistira Sujanto atas fenomena strategi komunikasi yang memadukan kekuatan PR dan marketing dalam bisnis e-commerce. Saat sebagian besar konsumen telah terhubung dengan dunia pemasaran online, maka tak ada alasan marketing berjalan tanpa diiringi dengan pendekatan public relations. Pelanggan yang unik, harus dilayani dengan strategi unik pula. Itulah fungsi bersatunya PR dan marketing. Kedua bidang keahlian yang berorientasi pada kepentingan publik itu tadi akan menjadi sebuah strategi yang bisa diandalkan dalam mendapatkan, dan memperluas target pasar. Optimisme Raditia atas pertumbuhan demand di dunia on-line pada dasarnya menjadi spirit juga di dunia komunikasi pariwisata. Tentu dengan strategi komunikasi yang unik dan menarik untuk dikaji. Dua penulis berikutnya mengantarkan kita pada fenomena unik terkait strategi city branding dan fenomena e-WOM dalam dunia bisnis pariwisata.

Tulisan Betty Gama dan Yoto Widodo memberi bukti tentang keberhasilan proyek city branding kota Solo. Melalui atraksi budaya yang digelar baik berupa Solo Carnival Batik, SIEM, SIPA, Solo Menari, dan sebagainya kota Solo menjadi ikon yang menarik akan keberhasilannya meningkatkan kunjungan wisatawan. Keberhasilan city branding Solo berbuah pada kemampuan Solo sebagai kota bermagnet tinggi mendatangkan orang hingga memberdayakan masyarakat setempat. Hal utama yang ingin digagas oleh Betty Gama dan Yoto Widodo adalah betapa pentingnya komunikasi yang menjadi satu kesatuan dengan city branding.

Lisa Mardiana, Wulan Herdiningsih, dan Wildan Namora I. S, adalah penulis yang menjadi pemungkas bagian strategi komunikasi ini. Mereka menulis tentang strategi komunikasi pariwisata

yang memanfaatkan ajang 'getuk tular' di media digital sebagai sarana meningkatkan kesadaran akan dunia pariwisata. Jika pada masa lalu para pelaku pemasaran menyanjung kontribusi personal selling untuk mencapai keberhasilan penjualan, hari ini potensi tersebut tetap ada. Bahkan cenderung menguat. Mereka menyebutnya e-WOM, singkatan dari e-Word of Mouth. Keberadaan medium itulah yang menjanjikan potensi dunia pariwisata akan terus berkembang. Ketiga penulis terakhir bagian ini meyakini betapa kekuatan e-WOM akan semakin diperhitungkan seiring dengan populernya pemanfaatan media baru bagi pelanggan, konsumen, dan tentu saja saat mereka semua menjadi netizen.

Demikianlah, 18 (delapan belas) chapter yang terbagi ke dalam tiga tema besar telah berupaya menggambarkan dinamika kajian komunikasi. Tentu masih banyak area yang tidak terjangkau oleh 18 chapter tersebut. Paling tidak melalui telaah chapter demi chapter para pembaca akan kembali merenungkan tentang awal mula munculnya istilah ilmu komunikasi. Berawal dari integrasi berbagai ilmu sosial, kajian ini berkembang sehingga mendapatkan posisi cukup mapan hari ini. Kemapanan itu sendiri memantik tanya besar, seberapa jauh kemapanan itu memberi garansi kebermanfaatannya bagi kehidupan manusia yang lebih baik? Tanya besar itu harus bisa dijawab dengan tindakan nyata di bidang keilmuan oleh seluruh sarjana dan pelaku ranah komunikasi di mana pun mereka berada.

Selamat membaca ...

*Yogyakarta, September 2017*

**Muhamad Sulhan**

**Yani Tri Wijayanti**

## **Referensi**

- Berger, Charles R., Michael E. Roloff, & David R. Roskos Ewoldsen, Ed (2010) *The Handbook of Communication Science*, London: Sage Publications.
- Craig, Robert T., & Muller, Heidi L. (2007) *Theorizing Communication: Reading Across Traditions*, California: Sage Publications.
- Griffin, EM (2003) *A First Look at Communication Theory*, Boston-Toronto: McGraw-Hill.

- Littlejohn, Stephen W, & Karen A. Foss , Ed (2009) *Encyclopedia of Communication Theory*, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Schramm, Wilbur (1997) *The Beginning of Communication Study in America: A Personal Memoir*, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- West, Richard, & Lynn H. Turner (2007) *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, 3rd edition, New York: McGraw-Hill.

**SATU**  
**Konsep Utama**  
**Dinamika Ilmu Komunikasi**





**DUA**  
**Konteks**  
**Kajian Komunikasi**



# HUMAN RELATIONS DALAM ORGANISASI

# 9

Yani Tri Wijayanti

Prodi Ilmu Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## Pendahuluan

**M**anusia merupakan anggota organisasi dan merupakan unsur inti yang harus ada dalam sebuah organisasi. Manusia terlibat dalam perilaku organisasi. Maka faktor manusia mendapatkan perhatian khusus dan tidak bisa diabaikan. Di dalam organisasi, sikap manusiawi semakin dituntut dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungan antar pribadi maupun dalam kehidupan berorganisasi. Menurut Susanto (1980: 144), apabila perilaku manusiawi dahulu terbanyak hanya sebatas ada hubungan antar anggota masyarakat setingkat sosial, kini tuntutan ini makin meningkat juga terhadap seseorang atasan atau pun seluruh lingkungan kejadian hidup.

Organisasi maupun perusahaan selalu memerlukan adanya kerja sama dengan lingkungannya baik internal maupun eksternal, oleh karenanya pendekatan secara manusiawi sangatlah diperlukan hubungan manusiawi bukan dimaksud sebagai sejumlah teknik pergaulan saja, melainkan merupakan pendekatan sikap, yang terutama ditujukan kepada usaha untuk mengerti orang lain dan permasalahannya, hal ini diduga dapat mempengaruhi hubungan kerja secara langsung ataupun tidak langsung (Soemirat, dkk, 2000:5.28).

William James seorang ahli ilmu jiwa dari Harvard University Amerika Serikat menyatakan bahwa “tiap manusia dalam hati kecilnya ingin dihargai dan dihormati, orang akan menaruh sim-

pati jika dirinya dihargai". Keith Davis juga menambahkan bahwa *human dignity* (harga diri) merupakan etika dan dasar moral bagi hubungan manusiawi (Hasan,2010).

*Human relations* atau Hubungan manusiawi dalam arti sempit merupakan interaksi dalam situasi tertentu dan dalam ruang lingkup tertentu pula dengan orang-orang yang berada dalam lingkungan tertentu juga, bisa dalam artian dalam sebuah organisasi. Teori hubungan manusiawi menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. Dalam teori ini menyarankan adanya strategi peningkatan dan penyempurnaan organisasi dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu individu mengemabangkan potensinya (Muhamad, 2002:39-40).

## **Pembahasan**

### **1. Teori-teori Organisasi dalam Pendekatan *Human Relations***

Berbagai kegiatan dalam perspektif struktur fungsional dalam sebuah organisasi selalu menekankan pada produktivitas dan penyelesaian tugas-tugas. Faktor manusia dipandang sebagai variabel dalam organisasi, dalam arti luas. Menurut Chris Agrys (Rohim, 2009), praktik organisasi yang demikian dipandang tidak manusiawi, karena penyelesaian suatu pekerjaan telah mengalahkan perkembangan individu dan keadaan ini berlangsung berulang-ulang. Atau dalam bahasa Agrys, ketika kompetensi teknis tinggi, maka konsekuensi antarpribadi dikurangi. Oleh karenanya pendekatan *human relations* menjadi kritik bagi perspektif struktural fungsional.

Menurut Rohim (2009), ada beberapa anggapan dasar dari pendekatan *human relations* yaitu :

- a) Produktivitas ditentukan oleh norma sosial, bukan faktor psikologis.
- b) Seluruh imbalan yang bersifat non ekonomis, sangat penting dalam memotivasi cara karyawan.
- c) Karyawan biasanya memberikan reaksi terhadap suatu persoalan, lebih sebagai anggota kelompok dari pada individu.
- d) Kepemimpinan memegang peranan yang sangat penting dan mencakup aspek-aspek formal dan informal.
- e) Penganut aliran *human relations* menganggap komunikasi sebagai fasilitator penting dalam proses pembuatan keputusan



Teori-teori yang terdapat dalam pendekatan *human relations* adalah sebagai berikut :

### a. Hawthorne Studies

Studi Hawthorne dikenal sebagai “pemicu” mazhab *human relations*, dimana menjadi salah satu pendekatan yang digunakan pada studi administrasi, organisasi serta manajemen yang tentunya dalam fokus kajiannya adalah pada perilaku manusia yang ada dalam sebuah organisasi. Studi Hawthorne menemukan beberapa pokok pikiran sebagai berikut :

1. Kondisi fisik tempat kerja ternyata mempengaruhi perilaku kerja dan hasil kerja
2. Ada relasi yang tidak konsisten antara pekerja dengan manajemen
3. Beberapa norma sosial kelompok menjadi kunci penentu perilaku kerja individu.

Elton Mayo yang juga disebut sebagai “Bapak Studi Hawthorne” menyatakan bahwa produktivitas kerja tidak ditentukan oleh faktor cahaya dan besaran upah, melainkan oleh bagaimana organisasi memberikan kesempatan bagi karyawan untuk melakukan *human relations* dalam organisasi (Liliwari,2014:42).

Mayo amat tertarik pada orang-orang dalam organisasi, dan dia amat terkenal berkat karyanya tentang proyek yang disebut *Hawthorne Studies*. Telaah Hawthorne mempunyai pengaruh besar yang tersebar-sebar atas pemikiran manajemen. “*Hipotesis awal*” bahwa setiap orang mengejar kepentingan sendiri dengan demikian goyah oleh “penemuan” Mayo mengenai organisasi “informal” dalam kelompok-kelompok. Pandangan bahwa manusia adalah suatu unsur penunjang mesin harus memberikan ruang pada kenyataan akan pentingnya perasaan dan sikap para karyawan. Dan dorongan akan efisiensi karena itu harus ditopang oleh pemahaman akan faktor manusiawi dalam kerja (Barnes, dalam Masmuh,2010).

Maka para peneliti mengambil kesimpulan bahwa hubungan sosial atau manusiawi di antara para pekerja, peneliti dan penyelia (*supervisors*) lebih penting dalam menentukan produktivitas daripada perubahan-perubahan kondisi kerja di atas. Moral pekerja yang tinggi akan menaikkan produktivitas, kemungkinan timbul pertanyaan bagaimana cara untuk meningkatkan moral pekerja. Moral meningkat atau tidak tergantung seberapa besar perhatian

yang bersifat pribadi, individual dan simpati diberikan kepada karyawan, dan struktur sosial kelompok kerja (Masmuh, 2010).

Katherine Miller (2009) berpendapat, walaupun dalam *Hawthorne Studies* kurang pada nilai ilmiahnya dan terlalu kaku dalam intepretatif, tapi dampak sosiologisya dari penelitian ini tidak dapat diremehkan. Dalam teori ini menyadarkan akan pentingnya kebutuhan sosial. Demikian juga teori ini dapat menyeimbangkan konsep lama yang menekankan ekonomi atau rasionalitas manusia. Suasana kerja menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang memfokuskan pada upaya perbaikan hubungan kerja antara pimpinan dengan karyawan.

## **b. Piramida Kebutuhan Manusia**

Abraham H. Maslow melalui teori 'Piramida Kebutuhan Manusia', berasumsi bahwa motivasi manuia itu tumbuh dari kebutuhan manusia, dan kebutuhan itu mempunyai tingkatan mulai dari kebutuhan paling dasar sampai kepada kebutuhan paling tinggi. Susunan dari kebutuhan itu diibaratkan seperti halnya sebuah bentuk piramida. Manusia memenuhi kebutuhannya dari mulai tingkat paling dasar, ketika sudah puas maka akan meningkat pada tingkat berikutnya. Maslow menyebutkan kebutuhan-kebutuhan manusia sebagai *basic needs* yang tersusun sebagai berikutnya.

### **1) Tahap 1 Kebutuhan Fisiologis**

Pada tahap pertama ini ditunjukkan bahwa secara umum manusia ingin mempertahankan kehidupannya (*sustenance*), dan untuk mempertahankan kehidupan itu manusia berusaha agar kebutuhan fisiologis—makan, minum, pakaian, rumah, udara dan seks/reproduksi—harus dapat dipenuhi.

### **2) Tahap 2 Kebutuhan Rasa Aman**

Kebutuhan fisiologis pada level pertama di atas sudah dipenuhi maka manusiawi berusaha untuk mendapatkan kebutuhan tingkat berikutnya, yaitu kebutuhan rasa aman dan kehidupan yang stabil. Yang dimaksudkan dengan *security need* adalah kebutuhan rasa aman dan ingin bebas dari gangguan fisik maupun gangguan emosi orang lain. Manusia pada prinsipnya ingin merasa aman tidak hanya di tempat bekerja, juga di tempat tinggalnya.

### **3) Tingkat 3 Kebutuhan Sosial**

Manusia pada prinsipnya juga membutuhkan kasih sayang, ma-

nusia merasa kalau dia merupakan milik masyarakat atau lingkungan sosial di sekitar dimana dia tinggal.

4) Tingkat 4 Kebutuhan Harga Diri

Manusia membutuhkan penghargaan dari orang lain, kebutuhan ini disebut harga diri (*esteem needs*). Memberi penghargaan kepada orang lain untuk pengakuan atas status yang dia miliki yakni dalam posisi atau kedudukan seseorang dalam struktur organisasi.

5) Tingkat 5 Kebutuhan Aktualisasi Diri

Puncak dari piramida ada aktualisasi diri, bahwa seseorang ingin afara masyarakat atau organisasi melibatkan dia secara penuh, termasuk memberikan kepercayaan kepada mereka untuk melaksanakan tugas dan fungsi tertentu.

### c. Teori X dan Y

Salah satu tokoh dalam prespektif *human relations* yaitu Douglas McGregor. Beliau adalah seorang psikolog sosial Amerika yang memimpin suatu varietas proyek riset dalam hal motivasi dan perilaku umum dari para anggota organisasi. Hingga meninggalnya Douglas McGregor adalah seorang Guru Besar Manajemen pada Lembaga Teknologi Massachusetts (*Massachusetts Institute of Technology*). Dalam bukunya "*The Human Side of Enterprise*" (Sisi Manusia dari Perusahaan), merumuskan kedua pandangan yang disebut dengan teori X dan teori Y (Barnes, 1988). Teori X dan Y menerangkan perilaku pekerja dalam perusahaan (organisasi), dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1. Teori X dan Y**

Teori X	Teori Y
Normal kalau para pekerja tidak suka bekerja dan coba menghindari pekerja.	Bekerja merupakan sesuatu yang alamiah sama seperti bermain, karena itu orang akan selalu tertarik untuk bekerja.
Ketika para pekerja tidak suka bekerja, maka mereka harus dipaksa, dikontrol, diarahkan, bahkan diancam dengan hukuman sehingga memotivasi mereka untuk bekerja.	Para pekerja bertanggungjawab mengerjakan tugas yang telah dipercayakan kepadanya.
Pada umumnya para pekerja itu malas, menghindari tanggung jawab, tidak ambisi, karena itu mereka membutuhkan pengarahan, bahkan perlindungan keamanan.	Penting memberikan ganjaran yang setimpal kepada para pekerja, hal ini dapat meningkatkan komitmen mereka untuk bekerja lebih giat.

	<p>Jika kondisi menyenangkan makan para pekerja akan mencari, bahkan bersedia menerima suatu tanggung jawab.</p>
	<p>Banyak organisasi belum memahami perilaku pekerja sehingga mereka hanya mendayagunakan sedikit dari seluruh kemampuan pekerja.</p>

Konsep yang menawarkan keteraturan dalam perilaku manusia didasarkan pada asumsi negatif tentang manusia (pekerja organisasi). Melalui teori X dan Y yang dikemukakan oleh McGregor (Baldwin et al,2004) menjelaskan beberapa asumsi tentang pekerja. Teori X mengemukakan tiga asumsi tentang perilaku pekerja dalam hubungannya dengan organisasi, yaitu:

- a) Pekerja pada dasarnya malas, tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dipercaya.
- b) Berdasarkan asumsi pertama, maka pekerja harus dipaksa, dikontrol, diarahkan, diancam dengan hukuman. Oleh karena itu tujuan utama dari manajemen adalah mengarahkan, mengontrol dan mengatur pekerja.
- c) Rata-rata manusia senang diarahkan, menghindarkan dari tanggung jawab, ingin senang atas segalanya. Oleh karena itu, perlu adanya aturan-aturan, pengarahan, strategi paksaan yang banyak ditetapkan pemimpin untuk mengarahkan performa pekerja.

Asumsi yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa teori ini sesungguhnya melihat bahwa pada umumnya karyawan itu malas dan tidak suka bekerja, mereka mempunyai kecenderungan untuk menghindari tanggung jawab dan lebih mementingkan dirinya sendiri dibandingkan dengan kepentingan dari organisasi. Dalam asumsi ini bahwa orang digerakkan karenanya adanya motivasi yaitu uang, keamanan, dan juga ancaman dengan hukuman. Oleh karenanya mereka (karyawan) harus dikendalikan, dipaksa dan diarahkan. Teori X ini menunjukkan kepada kita bahwa yang salah atas tidak efektifnya suatu pelaksanaan kegiatan dalam sebuah organisasi adalah adalah pada sifat manusia dan keterbatasan sumber daya manusia dengan manajemen.

Sebaliknya teori Y yang lebih humanis memberikan pandangan yang berbeda dari teori X. Dalam teori Y, McGregor menyatakan bahawa teori ini merupakan penejelasan yang lebih realistik

mengenai motivasi dan perilaku manusia menurut kodratnya, tidak seperti yang diandaikan oleh teori X (Barnes,1988). Teori ini berpandangan bahwa :

- a) Sikap malas bukan merupakan pembawaan manusia, namun disebabkan oleh kondisi (pekerjaan bisa menjadi sumber kepuasan atau sumber hukuman). Manusia punya kapasitas untuk kerja keras.
- b) Kontrol dari luar, ancaman dan hukuman bukan merupakan alat untuk membawa kepada pencapaian tujuan. Kunci kesuksesan pekerjaan terletak pada tingkat komitmen terhadap pekerjaan. Pemimpin harus dapat membangun komitmen pekerja.
- c) Komitmen terhadap tujuan adalah suatu fungsi dari ganjaran yang dihubungkan dengan pencapaian mereka. Yang paling penting dari ganjaran yang demikian seperti kepuasan diri dan kebutuhan aktualisasi diri dan komitmen pekerja. Pekerjaan yang dapat merupakan aktualisasi diri. Oleh karena itu, pekerjaan hendaklah didesain untuk membantu masing-masing pekerja memenuhi kebutuhannya.
- d) Sifat menghindar dari tanggung jawab bukan sifat bawaan, tetapi merupakan konsekuensi dari pengalaman yang diperoleh dari organisasi mereka. Jika mereka diperlakukan seolah-olah tidak bertanggung jawab, mereka mungkin berbuat tidak bertanggung jawab. Rasa tanggung jawab adalah sifat manusia yang dapat dibentuk dengan cara pimpinan mau berkomunikasi dengan pekerja.
- e) Kapasitas untuk melatih tingkat imajinasi yang relatif tinggi, cerdas dan kreatif dalam pemecahan masalah organisasi harus didistribusikan secara luas kepada seluruh pekerja. Manusia mempunyai kemampuan membuat pilihan yang berharga dan menemukan penyelesaian yang unik.
- f) Dalam kehidupan industri modern, potensi intelektual dan organisasi terletak pada kesatuan bagian-bagian. Ini menunjukkan bahwa organisasi mempunyai sumber intelektual pada anggotanya. Asumsi ini mengharuskan manajemen menggunakan seluruh potensi individual yang ada dalam organisasi. Oleh karena itu, hubungan di antara manusia (pekerja) adalah suatu keharusan.

Asumsi teori Y ini menunjukkan bahwa manusia bisa bekerja dengan baik dalam sebuah organisasi tidak semata-mata dipe-

ngaruhi oleh faktor-faktor tertentu seperti yang dikemukakan oleh teori X, tetapi ditentukan oleh faktor kepercayaan dan kebebasan berekspresi dalam melaksanakan tugas-tugas pekerjaannya. Para karyawan membutuhkan kebutuhan sosial, harga diri, serta aktualisasi diri.

McGregor berpendapat bahwa suatu organisasi akan efektif jika menggantikan pengendalian dan pengarahan dengan ingrasi dan kerjasama; organisasi dengan orang-orang terdekat pada keputusan tertentu namun dapat memberikan sumbangan pada pembuatan keputusan itu. Unit-unit organisasi adalah kelompok-kelompok orang yang berintegrasi dan saling menunjang fungsi masing-masing. “staf” bukanlah alat manajemen puncak untuk mengendalikan lini, melainkan pemberi pelayanan untuk semua tingkat demi pengejaran sasaran organisasi. Cita-cita itu dapat tercapai bila setiap anggota organisasi dapat menemukan sasaran dirinya dalam sasaran organisasi dan merasa bahwa sumbangannya bermanfaat dan dihargai atasannya (Barnes, 1988)

## **2. Implikasi Teori-Teori Hubungan Manusiawi dalam Organisasi**

### **a. Komunikasi dalam Organisasi**

Mengapa komunikasi menjadi hal yang penting dalam suatu organisasi? Pertanyaan ini sering kali kita dengar dalam kelompok kajian yang membahas tentang gejala atau fenomena komunikasi dalam konteks organisasi. Ketika membahas komunikasi dalam sebuah organisasi merupakan dua hal yang saling terkait yang tidak akan mampu untuk saling dipisahkan. Ketika salah satunya tidak ada, maka yang lainnya pun tidak akan bisa hidup. Dapat diibaratkan seperti manusia dengan organ-organ tubuh di dalamnya, bila salah satu organ ada yang hilang atau rusak, maka akan menghambat cara kerja tubuh manusia tersebut. *Connection* komunikasi merupakan sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi (Panuju, 2001).

Komunikasi mampu melakukan koordinasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan dalam sebuah organisasi, menyampaikan informasi, saling bertukar simbol dan membentuk makna dengan persepsi yang sama. Chester Barnard salah seorang sarjana perilaku organisasi dahulu, menekankan bahwa “Dalam setiap teori lengkap (*exhaustive*) mengenai organisasi, komunikasi itu men-

duduki tempat sentral, karena struktur, keluasan (*extensiveness*) dan ruang lingkup organisasi itu hampir seluruhnya ditentukan oleh teknik-teknik komunikasi”. Pandangan ini menggambarkan betapa komunikasi merupakan suatu “kekuatan yang luar biasa” dalam kehidupan organisasi. Bayangkan, jika salah dalam pemberian instruksi, salah dalam penafsiran perintah atau tugas dari atasan maka akan menjadi fatal dalam mekanisme kerja organisasi atau perusahaan. Bahkan jika pimpinan dan bawahan tidak ada komunikasi maka suatu organisasi atau perusahaan akan menjadi statis tidak ada aktivitas dan tidak ada kemajuan. Memang komunikasi bukanlah sebagai *panacea* (sebagai obat mujarab) yang mampu mengobati segala macam penyakit, tetapi paling tidak dengan adanya komunikasi yang harmonis maka unsur-unsur yang ada dalam organisasi tercipta saling pengertian dan saling memahami di antara mereka. Pada saat itulah prasangka, beda pengertian, beda pendapat dan konflik bisa dihindari atau diminalisir sekecil mungkin (Masmuh,2010).

Menurut Myers dan Myers (1987), komunikasi merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dari sistem itu. Tanpa komunikasi tidak akan ada aktivitas yang terorganisir. Komunikasi memungkinkan struktur organisasi berkembang dengan memberikan alat-alat kepada individu-individu yang terpisah untuk mengkoordinir aktivitas mereka sehingga tercapai sasaran bersama.

Terdapat lima penggolongan komunikasi yang biasa digunakan dalam kegiatan komunikasi dalam organisasi yaitu komunikasi lisan dan tertulis, komunikasi verbal dan nonverbal, komunikasi ke bawah, ke atas dan ke samping, komunikasi formal dan informal serta komunikasi satu arah dan dua arah. Kelima penggolongan komunikasi dalam organisasi tersebut dilakukan untuk pencapaian sasaran dari organisasi.

Kegiatan komunikasi dalam organisasi mendukung tujuan organisasi menurut Masmuh (2010) terdapat lima kegiatan diantaranya adalah melakukan 1) *orientasi dan latihan*, organisasi memberikan orientasi dan latihan untuk melatih orang-orang dalam suatu organisasi untuk dapat melakukan pekerjaan, tentunya hal ini memerlukan komunikasi; 2) *keterlibatan anggota*, dalam masing-masing unit kerja memerlukan keterlibatan para anggotanya demi kelancaran pelaksanaan pekerjaan. Bila satu unit kerja kerjanya macet tentunya akan mempengaruhi kerja unit lain; 3)

*penentuan iklim organisasi*, iklim organisasi ditentukan oleh banyak faktor salah satunya adalah perilaku pimpinan, teman sekerja, dan juga perilaku organisasi itu sendiri. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi kinerja dari karyawan itu sendiri; 4) *supervisi dan pengarahan*, pelaksanaan tugas-tugas dalam organisasi perlu diawasi dikontrol serta diarahkan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Tugas ini harusnya dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya; dan 5) *kepuasan kerja*, bila mana seseorang merasakan kenyamanan dalam bekerja, selalu terpenuhi kebutuhan akan informasi mengenai pekerjaan dan juga organisasinya, terdapat hubungan yang baik dengan teman sekerja dan pimpinan, maka dapat dikatakan bahwa karyawan ini tidak mempunyai masalah dengan komunikasi, sehingga dia merasakan adanya kenyamanan dalam bekerja hingga dapat mencapai kepuasan kerja.

Beberapa asumsi teori X dan teori Y di sini jelas dapat diaplikasikan. Dalam teori X manusia bekerja dengan baik dalam sebuah organisasi ternyata tidak semata-mata hanya faktor-faktor yang telah dikemukakan pada asumsi teori X, tetapi lebih pada kepercayaan, suasana yang menyenangkan, adanya kebebasan anggota untuk mengemukakan pendapat, berekspresi dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Melalui komunikasi yang terbuka para pimpinan dapat menunjukkan kepercayaan kepada bawahannya sehingga bawahan akan menikmati pekerjaannya, menunjukkan inisiatif dan kreativitas dalam mencapai tujuan organisasi sesuai yang telah ditetapkan dalam misi organisasi.

McGregor berpendapat bahwa suatu organisasi akan efektif jika menggantikan pengendalian dan pengarahan dengan ingrasi dan kerja sama; organisasi dengan orang-orang terkait pada keputusan tertentu namun dapat memberikan sumbangan pada pembuatan keputusan itu. Unit-unit organisasi adalah kelompok-kelompok orang yang saling berintegrasi dan saling menunjang fungsi masing-masing "*staf*" bukanlah alat manajemen puncak untuk mengendalikan lini, melainkan pemberi pelayanan untuk semua tingkat demi pengejaran sasaran organisasi. cita-cita itu dapat tercapai bila setiap anggota organisasi dapat menemukan sasaran dirinya dalam sasaran organisasi dan merasa bahwa sumbangannya bermanfaat dan dihargai atasannya (Barnes,1988).

Menurut Teori X, komunikasi adalah proses penyampaian informasi dan perintah dari puncak hirarki ke bawah dengan sedi-



kit sekali dorongan kepada bawahan untuk memulai komunikasi dengan tasan mereka. McGregor menyatakan bahwa model komunikasi yang demikian tidak akan meningkatkan kepuasan kerja dan prestasi kerja yang baik, karena pegawai diawasi secara ketat, bawahan akan kehilangan inisiatif dan daya kreativitas dalam bekerja. Sementara teori Y lebih banyak mengembangkan praktek-praktek manajemen dan komunikasi sehingga memungkinkan bawahan memegang kontrol pada pekerjaan yang dia lakukan. Bawahan mempunyai kesempatan untuk mengaktualisasikan diri, menunjukkan inisiatif dan kreativitas untuk mencapai sarannya.

Dalam kaitannya teori yang tepat adalah Teori X dan Teori Y yang dikemukakan oleh McGregor. Teori ini relevan karena berbicara mengenai bagaimana manusia dimotivasi untuk mau terlibat aktif dalam kegiatan organisasi. melakukan motivasi berarti juga melakukan kegiatan *human relations* (hubungan antar manusia), dalam teori ini berusaha untuk mengusahakan kesimbangan antara kebutuhan atau kepentingan individu dengan kebutuhan atau kepentingan organisasi.

## **b. Kepemimpinan**

Kita seringkali menggunakan istilah “pimpinan” dan “kepemimpinan” saling tertukar atau bahkan tumpang tindih, sehingga mengacaukan seseorang dalam penggunaannya, padahal masing-masing istilah tersebut mempunyai makna sendiri-sendiri. Untuk menghidnari kesalahan arti, kepemimpinan digunakan sebagai terjemahan dari *leadership* sedangkan pimpinan memakai istilah dari *management*. Tetapi kepemimpinan dan manajemen itu sendiri tidak dapat dipisahkan, tetapi mempunyai makna yang berbeda. Ada beberapa perbedaan yang dapat memberikan pemahaman kepada kita tentang kepemimpinan dan manajemen, sebagai berikut ini :

- a) Kepemimpinan itu nuansanya mengarah kepada kemampuan individu, yaitu kemampuan dari seorang pemimpin, sedangkan manajemen mengarah kepada sistem kerja dan mekanisme kerja;
- b) Kepemimpinan merupakan kualitas hubungan atau interaksi antara si pemimpin dan pengikut dalam situasi tertentu sedangkan manajemen merupakan fungsi status atau wewenang;

- c) Kepemimpinan menggantungkan diri pada sumber-sumber yang ada dalam dirinya (kemampuan dan kesanggupan) untuk mencapai tujuan, sedangkan manajemen mempunyai kesempatan untuk mengarahkan dana dan daya yang ada di dalam organisasi untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif;
- d) Kepemimpinan diarahkan untuk mewujudkan keinginan si pimpinan, walaupun akhirnya juga mengarah ketercapaiannya tujuan organisasi, sedangkan manajemen mengarah kepada tercapainya tujuan organisasi secara langsung;
- e) Kepemimpinan lebih bersifat hubungan personal yang berpusat pada diri si pemimpin, pengikut dan situasi sedangkan manajemen bersifat impersonal dengan masukan (*input*) logika, rasio, dana, analitis dan kuantitatif (Pamudji,1986).

Kaitannya dengan syarat-syarat untuk menjadi seorang pemimpin, Keith Davis mengungkapkan ada tiga keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin, yaitu : *technical skill*, *human skill* dan *conceptual skill*. Keterampilan teknis (*technical skill*) menunjukkan bahwa seseorang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam setiap jenis proses atau teknik. Keterampilan insani (*human skill*) adalah kemampuan untuk bekerja dengan orang lain secara efektif dan untuk membina kerja sama. Terakhir keterampilan konseptual (*conceptual skill*) yaitu kemampuan untuk berfikir dalam istilah yang berkaitan dengan perencanaan jangka panjang, misalnya kerangka kerja dan model (Effendy, 1988).

Keith Davis juga mengatakan ciri utama yang mempunyai pengaruh terhadap kesuksesan kepemimpinan seseorang dalam sebuah organisasi diantaranya adalah : 1) kecerdasan (*intelligence*); 2) kedewasaan sosial hubungan sosial yang luas (*social maturity and breadth*); 3) motivasi diri dan dorongan berprestasi dan 4) sikap-sikap hubungan manusiawi (Reksohadiprodjo & Handoko,1992).

### c. Motivasi

*Human relations* adalah suatu "*action oriented*". Suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang produktif dan memuaskan. Selain itu, *human relations* merupakan pengintegrasian orang-orang ke dalam suatu situasi kerja yang menggiatkan mereka untuk bekerja bersama-sama serta dengan rasa puas, baik kepuasan

ekonomis, psikologis maupun kepuasan sosial. Atau singkatnya *human relations* menurut Keith Davis dalam (Effendy, 2009) adalah pengembangan usaha kelompok karyawan secara produktif dan memuaskan.

Keberadaan pimpinan dalam memberikan motivasi kepada bawahannya untuk dapat meningkatkan produktivitas kerjanya. Perusahaan atau organisasi dan pimpinan harus terus memperhatikan kebutuhan dari para karyawannya, karena karyawan merupakan aset penting bagi sebuah organisasi. Dengan memberikan lingkungan kerja yang nyaman, akan membuat karyawan betah dan loyal untuk bekerja dan memiliki perasaan senang, dengan sendirinya mereka akan menunjukkan kinerjanya untuk mendukung visi, misi dan tujuan dari organisasi tanpa adanya keterpaksaan.

Motivasi dapat dikatakan sebagai kunci dari *human relations*, dengan memotivasi para karyawan untuk bekerja giat berdasarkan kebutuhan mereka, yakni kebutuhan akan upah yang memadai dalam mencukupi kebutuhan hidup bersama keluarganya sehari-hari, memberikan kebahagiaan pada keluarganya, untuk mengembangkan diri, untuk kepuasan diri, dan lain sebagainya.

Bagi pimpinan memuaskan hati seluruh karyawannya bukan hal yang mudah untuk melakukannya, dalam memberikan perhatian lebih ke satu karyawan bisa jadi menimbulkan kecemburuan bagi karyawan yang lainnya. Maka pimpinan hendaknya punya pemikiran berdasarkan situasi dan kondisi yang ada. Dalam memotivasi kinerja karyawannya pimpinan dapat menggunakan metode yang khusus, dimana karyawan diberikan kebebasan untuk mengembangkan kreativitasnya, dan dilatih menjadi karyawan yang loyal terhadap perusahaan atau organisasi. Sehingga dalam bekerja karyawan bukanlah pekerja yang hanya diperas tenaganya, diawasi secara ketat, tanpa diberi kesempatan untuk pengembangan diri.

Dalam teori *human relations*, sebuah organisasi dapat menekankan pentingnya aspek psikologis dan sosial dari karyawan sebagai sosok individu yang bekerja untuk mencapai tujuan tertentu. Ada beberapa ahli melengkapi teori organisasi klasik dengan pandangan sosiologi dan psikologi, diantaranya : *Elton Mayo* (1880-1949), menarik kesimpulan bahwa untuk menciptakan hubungan manusiawi yang baik manajer harus mengerti mengapa karyawan bertindak seperti mereka lakukan dan faktor-faktor so-

sial dan psikologi apa yang memotivasi mereka, sedangkan *Marry Parker Follet* (1868-1933), bahwa para manajer bertanggung jawab dalam memotivasi para pekerja mereka untuk mengupayakan tujuan-tujuan keorganisasian secara antusias dan bukan sekedar untuk memenuhi perintah. *Kurt Lewin* (1890-1947), mempelajari dampak berbagai macam tipe kepemimpinan, yang mana para manajer harus mampu bekerja dengan dan memimpin kelompok-kelompok kerja. Sedangkan *Chester I. Barnard* (1886-1961), menganjurkan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan, proses-proses kelompok, dan hubungan manajemen yang memajukan kerjasama antara para karyawan dengan para supervisor mereka.

Menurut As'ad (1999:114), bentuk-bentuk kegiatan *human relations* untuk memotivasi yang dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Non Materi

- 1) Kompensasi mencakup semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pekerja dan diterima atau dinikmati oleh pekerja, baik secara langsung, rutin atau tidak langsung (pada suatu hari nanti). Salah satu cara manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, memotivasi dan meningkatkan kinerja para karyawan adalah melalui kompensasi (Ruky,2006:9)
- 2) Kegiatan khusus untuk membangun kekeluargaan antara karyawan dan perusahaan. Membangun kekeluargaan antara pihak usaha, menjadi langkah jitu meningkatkan motivasi kerja karyawan.
- 3) *Outbond* dilakukan untuk menorehkan banyak kesan, terutama dalam mengenal dan menjalin kekompakan masing-masing peserta. Bentuk pembelajaran yang coba dicapai dalam *outbond* kali ini dilakukan dalam dua bentuk, yang pertama berupa kegiatan dalam ruangan untuk memotivasi dan menumbuhkan *self belonging* diantara masing-masing peserta kepada peserta lainnya maupun kepada organisasi. Bentuk lainnya berupa kegiatan mengarungi alam yang merupakan kombinasi pembelajaran budaya dan etos kerja melalui tugas-tugas yang menggunakan dukungan alam.
- 4) Pelatihan, adalah proses meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya lebih efektif dan efisien.

5) Seminar merupakan bentuk program yang bertujuan menambah pengetahuan dan wawasan para karyawan, dengan adanya pemateri seminar, moderator, dan diadakan sesi tanya jawab pada para karyawan untuk bertukar pikiran. Tujuan seminar ini untuk menjelaskan apa itu manajemen kinerja, tujuannya dan bagaimana menerapkannya.

b. Materi

- 1) Pemberian tunjangan berupa asuransi kesehatan dan jiwa, liburan yang ditanggung perusahaan, program pensiun dan tunjangan lainnya yang berkaitan dengan hubungan kepegawaian.
- 2) Insentif. Merupakan tambahan kompensasi atau di luar gaji/upah yang diberikan oleh organisasi. Insentif yang berbeda kepada tiap performa karyawan yang berbeda dapat memacu kinerja karyawan menjadi lebih baik. Bentuk insentif dapat berupa bonus, kesempatan mendapat pelatihan, promosi, kenaikan upah dan lain-lain.
- 3) Fasilitas. Fasilitas dapat berupa kenikmatan saran seperti adanya mobil perusahaan, tersedianya tempat parkir khusus, keanggotaan klub, dan lain sebagainya yang bisa diperoleh karyawan.
- 4) Upah dan gaji. Upah biasanya berkaitan dengan tarif gaji per jam. Upah merupakan basis bayaran yang kerap kali digunakan bagi pekerja-pekerja produksi dan pemeliharaan. Gaji umumnya berlaku untuk tarif bayaran mingguan, bulanan atau tahunan.
- 5) Reward. Karyawan juga berhak mendapatkan *reward* atas prestasinya. Bisa berupa bonus atau insentif maupun dapat berupa hadiah yang mewakili ucapan terima kasih pihak manajemen atas prestasi kerjasanya. Cara ini dirasa cukup efektif sehingga mampu meningkatkan semangat karyawan untuk menunjukkan prestasi-prestasi kerjanya kepada perusahaan atau organisasi.

Maka untuk pencapaian hasil yang maksimal dalam meningkatkan produktivitas, seorang manajer perlu untuk memahami aspek-aspek sosial dan psikologi yang mendorong para karyawan yang dapat melakukan pekerjaan yang optimal dalam meningkatkan produktivitas, sehingga tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai.

d. Pengambilan Keputusan

Dalam pendekatan *human relations* sangat menghargai pemimpin yang demokratis. Pemimpin yang demokratis akan mendorong kepada para karyawannya untuk terlibat dan berpartisipasi dalam menjalankan organisasi dengan memberikan saran, memberikan umpan balik, dalam menyelesaikan masalah, serta keluhan-keluhan yang dialami. Ketika semua karyawan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan maka pada akhirnya akan mempengaruhi produktivitas kinerja para karyawan, karena karyawan merasa bahwa mereka diberikan “ruang” untuk bisa berkontribusi dalam jalannya organisasi tersebut.

Dalam teori *human relations* penting untuk melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Partisipasi, yaitu melibatkan setiap orang dalam proses pengambilan keputusan
- b. Perluasan kerja (*job enlargement*) sebagai balikan dari pola spesialisasi.
- c. Manajemen *bottom-up* yang akan memberikan kesempatan kepada para junior untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan manajemen puncak.
- e. Pemecahan Masalah

Seseorang memecahkan masalah sangat ditentukan oleh sifat dan wataknya serta pengalamannya. Pada umumnya penyesuaian diri dengan situasi dapat menunjukkan sikap matang dan dewasa dari seseorang. Terkait hal tersebut bisa dikatakan bahwa orang yang berhasil memecahkan masalahnya merupakan orang yang “stabil” dan menampilkan diri sebagai (1) dalam keadaan serasi (emosi dan perasaan seperti ketakutan, iri hati, perasaan salah, keresahan dan sebagainya tidak menghantui dirinya), (2) mudah bergaul dengan orang lain dan juga dengan lingkungan kerjanya, (3) dalam mencapai sasaran hidupnya tujuan lebih jelas dan realistis, dapat memecahkan masalah-masalah.

Manusia yang terlahir sebagai makhluk sosial dalam kehidupan kesehariannya tentunya membutuhkan manusia lainnya. Dalam hubungan antar manusia ini tidaklah akan lepas dari kegiatan yang dinamakan komunikasi. Demikian juga dalam kehidupan sebuah organisasi, di mana di dalamnya terdapat sub sistem-sub sistem atau unit kerja-unit kerja yang selalu berinteraksi

dan berhubungan satu dengan yang lainnya untuk mencapai sasaran dan tujuan organisasi tidak akan terlepas dari kegiatan komunikasi.

Menurut Ptnam (1983), bila organisasi dianggap sebagai struktur atau wadah yang telah ada sebelumnya, maka komunikasi dapat dianggap sebagai “suatu substansi nyata yang mengalir ke atas, ke bawah, dan ke samping dalam suatu wadah” (Pace & Faules, 2006). Dalam pandangan ini menggambarkan bahwa komunikasi berfungsi mencapai tujuan sistem organisasi. Fungsi-fungsi komunikasi lebih khusus meliputi pesan-pesan mengenai pekerjaan, pemeliharaan, motivasi, integrasi dan inovasi.

Manusia (karyawan) ketika bekerja tidaklah hanya sebagai robot yang hanya melakukan pekerjaan sesuai dengan perintah pimpinan. Karena prinsip dasar manusia adalah makhluk sosial maka mereka dalam melakukan pekerjaannya pun membutuhkan interaksi dengan manusia lainnya, butuh kerja sama, butuh kenyamanan bekerja, membutuhkan perhatian dan motivasi dari pimpinannya, dan lain sebagainya. Suasana kerja yang kondusif tentunya akan meningkatkan produktivitas kerja para karyawan dalam sebuah organisasi. Hal ini berlaku pada semua organisasi baik organisasi profit (swasta) maupun organisasi non profit (pemerintah).

Kehidupan organisasi yang humanis ini bisa dapat dimulai dari seorang pimpinan. Bagaimana seorang pimpinan mampu membuat iklim dalam organisasi itu humanis. Dalam perspektif humanis, terdapat teori *human relations* yang berasumsi bahwa seorang pemimpin bisa dikatakan berhasil dalam mengelola organisasi jika ia mampu memberdayakan orang-orang yang ada di dalamnya. Dengan kata lain, dalam memimpin sebuah organisasi, dia dapat memberikan kebebasan dan kelonggaran kepada setiap individu yang berada dalam organisasi untuk mewujudkan motivasinya sendiri yang potensial dari diri individu tersebut untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dan memberikan sumbangan kepada organisasi dalam pencapaian tujuan dari organisasi.

## Penutup

Semakin besar organisasinya, maka semakin banyak masalah yang dihadapi dalam organisasinya, makin tinggi kemungkinan terjadi konflik dalam organisasi itu, maka semakin harus diting-

katkan sikap manusiawi, agar kehidupan organisasi semakin baik dan terciptanya kehidupan organisasi yang harmonis.

Pada prinsipnya hubungan manusiawi ini dapat dilakukan sebagai usaha untuk memperkecil hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dalam organisasi. Karena manusia terlahir sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa manusia lain, demikian juga di dalam organisasi mereka membutuhkan komunikasi, dan tentunya masalah dalam komunikasi tidak bisa dihindari. Untuk mencapai kerja sama yang efektif, interaksi manusia dalam bekerja harus diciptakan suasana kerja yang mampu memberikan kepuasan kerja secara keseluruhan dan tercapainya tujuan yang dikehendaki.

Pendekatan *human relations* dalam organisasi, menunjukkan bahwa komunikasi yang berjalan antara pimpinan dengan karyawan mempertimbangkan proses komunikasi antar pribadi, karena komunikasi antara pimpinan dengan karyawan merupakan aktifitas sentral dalam organisasi. Prinsipnya hubungan manusiawi adalah adanya kenaikan kepuasan kerja yang mengakibatkan kenaikan produktifitas kerja karyawan, maka pihak pimpinan hendaknya mampu menjaga dan menjamin bahwa karyawannya bahagia dengan terpenuhinya kebutuhan hidupnya sehingga mereka mencapai kepuasan. Dalam menjalankan organisasinya yang dibutuhkan adalah pimpinan yang demokratis, dimana dalam menjalankan organisasinya pimpinan melibatkan para anggotanya atau karyawannya dalam proses pengambilan keputusan dan dalam proses penyelesaian suatu masalah.

## Daftar Pustaka

- Barnes, M.C, A.H. Fogg, C.N.Stephens, L.G. Titman. (1988). *Organisasi Perusahaan Teori dan Pratek*. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo
- Effendy, Onong Uchajana. (1988). *Hubungan Insani*. Bandung : Remaja Karya
- Hasan, Erliana. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung : Refika Aditama.
- Masmuh, Abdullah. (2010). *Komunikasi Organisasi dalam Prespketif Teori dan Praktek*. Malang : UMM Malang
- Miller, Katherine. (2009). *Organizational Communication. Approach and Processes* 5th ed. Bostin : Wadsworth Cengage Learning.



- Liliweri, Alo. (1997). *Sosiologi Organisasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- . (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Reksohadiprodjo, Sukanto & T. Hani Handoko. (1992). *Organisasi Perusahaan Teori Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta : BPFE.
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto, Yenny Ratna Suminar. (2000). *Komunikasi Organisasional*. Jakarta : Universitas Terbuka.

- Agung Prabowo - Alip Kunandar - Basuki Agus Suparno -
- Betty Gama - Dian Arymami - Fajar Junaedi - Filosa Gita Sukmono -
- Irham Nur Anshari - Lisa Mardiana - Mite Setiansah -
- Muhamad Sulhan - Muria Endah Sokowati - Raditia Yudistira Sujanto -
- Rouli Manalu - Setio Budi H. Hutomo - Triyono Lukmantoro -
- Turnomo Rahardjo - Wildan Namora I. S - Wulan Herdiningsih -
- Yani Tri Wijayanti - Yohanes Widodo - Yoto Widodo -

**D**inamika komunikasi sangat tepat diperbincangkan saat ini, di tengah perkembangan kajian komunikasi yang terus bergerak. Perkembangan teknologi komunikasi dan digitalisasi juga memperkaya konteks kajian ilmu komunikasi. Di sisi lain fenomena komunikasi yang bergerak tersebut, memerlukan strategi multiperspektif yang kemudian makin memantapkan posisi disiplin keilmuan komunikasi di tengah dinamika yang terjadi. Hal itu semua tersaji dalam buku yang diterbitkan oleh para akademisi yang tergabung dalam AspiKom DIY-Jateng. Selamat kepada para penulis.

Dr. Heri Budiarto, M.Si  
Ketua Umum AspiKom

#### TENTANG ASPIKOM DIY-JATENG

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) DI Yogyakarta dan Jawa Tengah (ASPIKOM DIY-Jateng) merupakan organisasi tingkat wilayah dari ASPIKOM Indonesia. Sejak berdiri di tahun 2010, ASPIKOM Koordinator Wilayah DIY-Jateng telah mengkoordinir lebih dari 30 Program Studi Komunikasi dari berbagai Universitas dan Sekolah Tinggi di dua provinsi tersebut. Hingga saat ini dua Ketua berturut-turut menjabat di ASPIKOM Korwil DIY-Jateng, Anang Hermawan MA (2010-2016), dan Dr. Yani Tri Wijayanti (2016-2020).

Segala aktivitas ASPIKOM Korwil DIY-Jateng diorganisir dalam tiga bidang, yakni Bidang Kurikulum, Pembelajaran dan Pengembangan Laboratorium, Bidang Organisasi dan Kerjasama, dan Bidang Penelitian dan Pengembangan. Sejak dilantik pada bulan November 2016, pengurus ketiga bidang ini telah menyusun dan melaksanakan berbagai program pengembangan organisasi. Salah satu yang paling intens adalah seminar, workshop, dan penerbitan. Segala bentuk inisiasi kerjasama bisa dilakukan melalui: [korwildiyjateng.aspiKom@gmail.com](mailto:korwildiyjateng.aspiKom@gmail.com)



**ASPIKOM**  
Press

