

**PENTINGNYA PERANAN KOMUNIKASI DALAM SUATU
ORGANISASI: ANALISIS GAYA KOMUNIKASI ANTAR
PENGURUS UKM-F KEWIRAUSAHAAN UIN GUSDUR
PEKALONGAN**

**Mochammad Achsan Auza'i¹, M. Luki Faturrokhman², Intania Assai Nissa
Sahiba³, Khamidah Zahro⁴, Rofiatur Rizqiyah⁵, Ade Gunawan⁶.**

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

¹mochammadachsanauzai@mhs.uingusdur.ac.id,

²muhammadlukifaturrokhman@mhs.uingusdur.ac.id,

³intaniaassainissasahiba@mhs.uingusdur.ac.id ⁴khamidahzahro@mhs.uingusdur.ac.id,

⁵rofiaturrizqiyah@mhs.uingusdur.ac.id ⁶ade.gunawan@uingusdur.ac.id

Abstract

This study analyzes the crucial function of efficient communication in achieving organizational success. Successful communication between leaders and members, whether through in-person meetings or online platforms, promotes collaboration, minimizes miscommunication, and nurtures trust and transparency among teams. The communication style of a leader assumes a vital role in steering, instructing and inspiring members toward a shared objective. While technology has made communication more accessible, barriers to both understanding and expressing messages can still arise. This study employed a qualitative descriptive research method to investigate communication styles among university administrators. The researchers collected data through interviews and documentation, and utilized the Huberman model to draw conclusions. Face-to-face communication is still crucial in addressing these barriers. Effective communication is a crucial factor that influences behavioral control, motivation, and decision-making, and strengthens relationships within organizations. Organizations can use a range of communication styles and models to resolve conflicts and achieve their goals. Key to success is to select the most suitable communication style with creativity. Effective communication builds cooperative relationships within organizations, prevents miscommunication, and helps to achieve shared goals. Online communication platforms can offer convenience, but face-to-face communication remains crucial for clarity and

understanding. Various communication styles have distinct purposes and can affect learning and knowledge transfer. In SME-F entrepreneurship, inclusive and open communication empowers members to express their ideas and resolves communication problems. In summary, effective communication is essential in accomplishing organizational objectives.

Keywords: *Communication, Organization, Success*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis fungsi penting dari komunikasi yang efisien dalam mencapai kesuksesan organisasi. Komunikasi yang sukses antara pemimpin dan anggota, baik melalui pertemuan tatap muka maupun platform online, mendorong kolaborasi, meminimalkan miskomunikasi, serta memupuk kepercayaan dan transparansi di antara tim. Gaya komunikasi seorang pemimpin memiliki peran penting dalam mengarahkan, menginstruksikan, dan menginspirasi para anggota untuk mencapai tujuan bersama. Meskipun teknologi telah membuat komunikasi menjadi lebih mudah diakses, hambatan dalam memahami dan mengekspresikan pesan masih dapat muncul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menyelidiki gaya komunikasi di kalangan administrator universitas. Para peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi, dan menggunakan model Huberman untuk menarik kesimpulan. Komunikasi tatap muka masih menjadi hal yang krusial dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Komunikasi yang efektif merupakan faktor penting yang mempengaruhi kontrol perilaku, motivasi, dan pengambilan keputusan, serta memperkuat hubungan di dalam organisasi. Organisasi dapat menggunakan berbagai gaya dan model komunikasi untuk menyelesaikan konflik dan mencapai tujuan mereka. Kunci keberhasilan adalah memilih gaya komunikasi yang paling sesuai dengan kreativitas. Komunikasi yang efektif membangun hubungan kerja sama dalam organisasi, mencegah miskomunikasi, dan membantu mencapai tujuan bersama. Platform komunikasi online dapat menawarkan kemudahan, namun komunikasi tatap muka tetap penting untuk kejelasan dan pemahaman. Berbagai gaya komunikasi memiliki tujuan yang berbeda dan dapat memengaruhi pembelajaran dan transfer pengetahuan. Dalam kewirausahaan UKM-F, komunikasi yang inklusif dan terbuka memberdayakan anggota untuk mengekspresikan ide-ide mereka dan menyelesaikan masalah komunikasi. Singkatnya, komunikasi yang efektif sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Kata Kunci: *Komunikasi, Organisasi, Kesuksesan*

A. INTRODUCTION

Komunikasi yang efektif sangat penting bagi anggota organisasi. Pemimpin maupun anggota organisasi harus fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan perubahan internal seperti perubahan struktur kepemimpinan maupun faktor eksternal seperti perubahan sosial diluar organisasi. Mereka harus memastikan terlaksananya komunikasi yang efektif, untuk

menangani tantangan organisasi, dan membuat keputusan yang tepat.¹ Selain itu, anggota organisasi juga harus mampu mengumpulkan, mensintesis, dan menerapkan informasi secara efisien. Komunikasi yang efektif juga membantu dalam koordinasi anggota untuk mencapai tujuan bersama. Tanpa adanya komunikasi yang efektif, pertukaran informasi dan interaksi dalam organisasi akan terancam. Komunikasi yang baik mempengaruhi interaksi, hubungan, dan suasana kerja dalam organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, komunikasi adalah faktor penting yang memengaruhi pandangan dan kinerja anggota dalam organisasi.²

Organisasi harus terus meningkatkan dan beradaptasi dalam lingkungan global yang kompetitif saat ini untuk mempertahankan keunggulan. Sumber daya manusia adalah salah satu aset paling penting untuk memenuhi tujuan organisasi. Untuk kemajuan, personel yang terampil dan kompetitif yang dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan efektif sangatlah penting. Faktor manusia sangat penting untuk mewujudkan tujuan yang melibatkan tenaga kerja, inovasi, bakat, dan produksi yang terukur.³ Mengembangkan budaya organisasi yang kuat membutuhkan komunikasi yang efisien. Komunikasi di dalam organisasi menjembatani kesenjangan, menciptakan optimisme, dan memberikan perlindungan dan pengetahuan yang penting bagi anggota. Membangun budaya organisasi yang positif dan mendukung kemampuan anggota untuk menerima perintah dan wawasan dari pengurus / ketua bergantung pada komunikasi organisasi yang efektif.⁴

Analisis tentang kepemimpinan dan komunikasi mengungkapkan konflik antara egoisme dan altruisme. Antar anggota harus memprioritaskan kebutuhan orang lain di atas kebutuhan pribadi dan menghindari tindakan yang berpotensi merugikan. Sikap seperti ini harus

¹ Nurullita Mutia Andina, Emeraldy Chatra, and Asmawi Asmawi, "Hubungan Gaya Kepemimpinan Dan Iklim Komunikasi Organisasi: Kasus Pada Bri Kanca Madiun Di Masa Pandemi," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 6, no. 4 (October 1, 2021): 383, <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i4.20563>.

² Siti Wuryan et al., "Pengaruh Gaya Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengelolaan Organisasi: Tinjauan Analisis," *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 1 (2023): 1-23, <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i1.3349>.

³ A. Y Farid, M., Supratomo, & Harsono, "Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Komunikasi Organisasi Antara Atasan-Bawahan Dalam Membangun Budaya Organisasi Di Lingkungan Sekretariat DPRD Kota Bengkulu," *Jurnal Komunikasi KAREBA* 4, no. 3 (2015): 328-43, <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/630>.

⁴ Edah Jubaidah, "Analisis Hubungan Gaya Kepemimpinan Dan Kompetensi Komunikasi Dalam Organisasi," *Jurnal Ilmu Administrasi* 6, no. 4 (2019): 399-412, <https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/view/360>.

dipandu oleh altruisme, bukan kepentingan pribadi. Tindakan tidak etis yang sering terjadi dalam komunikasi egois dicirikan oleh kepentingan pribadi dan manipulasi. tidak menghiraukan standar sosial dan kebutuhan orang lain demi keuntungan sendiri.⁵

Dengan kaitannya dengan hal tersebut, artikel ini mencoba menganalisis gaya komunikasi yang terjadi dalam Unit Kegiatan Mahasiswa rayon FEBI UIN GUSDUR tempat dimana peneliti muda akan mencoba menganalisis gaya komunikasi yang digunakan antar pengurus dalam sebuah UKM tersebut.

B. THEORETICAL FRAMEWORK

1. Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi adalah pertukaran informasi melalui kata-kata atau cara lain, seperti percakapan atau bentuk tertulis. Komunikasi juga dapat digambarkan sebagai suatu proses atau sarana penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima melalui suatu media yang dalam hal ini kemungkinan akan mengalami gangguan. Untuk mengatasi hal ini, komunikasi harus mempunyai tujuan (disengaja) dan beradaptasi terhadap perubahan.

Dalam komunikasi, terjadi pertukaran informasi antar manusia berupa fakta, opini, persepsi, data, atau informasi dari satu orang ke orang lain. Hampir semua pekerjaan yang dilakukan dalam tim dilakukan secara mandiri, sehingga membantu dan membina komunikasi antar anggota tim. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif tetap memperhatikan pertimbangan krusial dalam memilih sesuatu, yaitu apakah akan ada untung atau rugi dalam proses komunikasi tersebut.⁶

⁵ Wuryan et al., "Pengaruh Gaya Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengelolaan Organisasi : Tinjauan Analisis."

⁶ Puspitasari, Dita, and Bayu Putra. 2022. "PENTINGNYA PERANAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI: LISAN , NON VERBAL , DAN TERTULIS (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3 (3): 257-68.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu maupun organisasi. Komunikasi merupakan suatu bidang yang sangat penting dalam semua aspek kehidupan.

Gaya komunikasi adalah proses dari seorang individu dalam suatu organisasi terlibat dalam percakapan dengan orang lain untuk mendapatkan umpan balik (atau kritik) terhadap isu-isu organisasi yang diungkapkan. Komunikasi adalah sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan informasi. Setiap komunikator mempunyai gaya komunikasi dan ciri khas yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut terlihat pada bidang pendidikan, masyarakat, keluarga, dan bidang terkait lainnya. Hasil penelitian tersebut dijelaskan oleh faktor agama, pendidikan, dan komunitas yang merupakan beberapa alternatif penyelesaian permasalahan.⁷

Terdapat lima gaya komunikasi dalam organisasi antara lain⁸:

1. *The controlling style*

Ada keinginan atau tujuan untuk membatasi, memaksa, dan mengontrol perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain, yang menentukan gaya komunikasi ini. Metode komunikator satu arah adalah orang yang berbicara dengan cara ini. Pihak-pihak yang menggunakan gaya komunikasi ini berkonsentrasi pada pengiriman pesan. Mereka ini tidak peduli dengan umpan balik (feedback) kecuali itu bermanfaat bagi mereka. Para komunikator satu arah tidak khawatir tentang perspektif negatif orang lain; sebaliknya,

⁷ Mutawakkil, and Nuraedah. 2019. "Gaya Komunikasi Dosen Dalam Pembelajaran Mahasiswa." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (2): 135-52. <https://doi.org/10.15575/cjik.v3i2.5765>.

⁸ Asrini, Kiki, Budiman Purba, and Cut Alma Nurafiah. 2022. "GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN DAN KINERJA PEGAWAI DI UNIT PELAKSANA TEKNIS SAMSAT MEDAN UTARA." *Jurnal Network Media* 5 (1): 11-19.

mereka berusaha menggunakan kekuatan dan otoritas mereka untuk memaksa orang lain mengikuti pendapat mereka.

2. *The Equalitarian Style*

Adanya landasan kesamaan adalah komponen penting gaya komunikasi ini, yang ditandai dengan berlakunya arus komunikasi dua arah, yaitu penyebaran pesan verbal lisan dan tertulis. Komunikasi jenis ini dilakukan secara terbuka, yang berarti setiap anggota kelompok dapat bersikap santai, santai, atau informal. Mereka sangat peduli dan dapat membangun hubungan dengan orang lain baik secara pribadi maupun di tempat kerja. Cara komunikasi ini akan membantu komunikasi dalam organisasi karena membantu mempertahankan kerja sama dan empati, terutama saat membuat keputusan tentang masalah yang kompleks. Selain itu, gaya komunikasi ini memastikan bahwa tindakan berbagi informasi terus terjadi di antara anggota dalam suatu penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan dan ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

3. *The structuring style*

Metode komunikasi ini menggunakan pesan verbal tertulis dan lisan untuk menetapkan struktur organisasi, penjadwalan tugas dan kewajiban, serta perintah yang harus diikuti. Pengirim pesan lebih berfokus pada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan mengungkapkan rincian tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, serta kebijakan dan prosedur.

4. *The dynamic style*

Gaya komunikasi ini mempunyai kecenderungan agresif, mengingat pembawa pesan menyadari sifat tempat kerja yang berorientasi pada tindakan. Juru kampanye dan supervisor yang membawa tenaga

penjualan (salesman atau saleswoman) sering menggunakan teknik komunikasi ini. Pendekatan komunikasi ini bertujuan untuk mendorong anggota tim agar bekerja lebih efisien dan cepat. Ketika menangani hal-hal penting, metode komunikasi ini bekerja dengan baik.

5. *The relingiushing style*

Gaya komunikasi ini lebih menunjukkan keinginan untuk mendengar komentar, pendapat, dan ide orang lain daripada keinginan untuk memberikan perintah, meskipun pemberi pesan memiliki wewenang untuk memberikan instruksi dan mengatur orang lain. Pembawa pesan yang sukses dengan gaya komunikasi ini akan berkolaborasi dengan individu yang kompeten, berpengalaman, dan rajin, serta siap untuk melakukan tugas atau kewajiban apa pun yang diberikan kepadanya.

2. Aliran Informasi dalam Organisasi

Pemrosesan dan penyebaran informasi adalah komponen penting dari komunikasi yang menjadi pusat perhatian. Publik diberitahu tentang informasi ini oleh organisasi terkait. Komunikasi organisasi menggunakan berbagai model untuk proses transfer informasi. Model top-down, bottom-up, lintas-saluran, dan horizontal adalah model yang menjadi pusat perhatian, dan dalam hal komunikasi internal di dalam sebuah perusahaan, keempat model tersebut relevan. Seperti namanya, pola top-down menunjukkan arah aliran informasi, yaitu ke bawah dan vertikal. Dalam konsep ini, atasan memberikan pencerahan kepada bawahannya.⁹

Perintah yang berkaitan dengan pemenuhan tugas yang harus diselesaikan oleh manajemen atau anggota yang terkait biasanya terdiri dari konten informasi. Hampir tidak ada konten informasi dalam penggunaan pola komunikasi ini yang tidak berhubungan dengan tugas.

⁹ Mohamad Muspawi. 2014. "Manajemen Konflik (Upaya Penyelesaian Konflik Dalam Organisasi)." *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora Penawar* 16 (2): 41-46.

Dalam hal menyelesaikan pekerjaan, administrator dan karyawan kurang memiliki inisiatif karena mereka lebih tertarik untuk mematuhi arahan dari manajemen atau ketua. agar percakapan terfokus pada pekerjaan. Dalam metode bottom-up, yang berlawanan dengan pendekatan top-down, bawahan memberi tahu pimpinan dan manajemen tentang tujuan, ide, dan konsep mereka. Model komunikasi vertikal juga terlihat jelas dalam situasi ini. Masalah yang sering muncul pada saat itu adalah apakah suatu kejadian dapat diklasifikasikan sebagai bottom-up atau top-down.¹⁰

Komunikasi horizontal adalah jenis transmisi informasi yang sering digunakan. Menurut model komunikasi ini, komunikasi ini dilakukan oleh karyawan yang memiliki posisi yang sama di departemen tertentu dalam perusahaan. Karyawan di departemen pemasaran dan komunikasi, misalnya, memiliki hubungan dengan pekerja promosi. Komunikasi semacam ini biasanya digunakan untuk merencanakan bagaimana pekerjaan akan dilakukan. Pendekatan lintas saluran adalah paradigma komunikasi organisasi lainnya. Arsitektur komunikasi ini memungkinkan informasi mengalir di luar lokasi fisik seseorang. Anggota organisasi dapat berhubungan dengan berbagai area organisasi baik secara vertikal maupun horizontal dengan menggunakan pendekatan ini. Hal ini dilakukan karena selalu ada pekerjaan yang harus dilakukan yang berhubungan dengan area lain dalam perusahaan. Misalnya, departemen produksi dan departemen pemasaran dan promosi akan terhubung. Rencana dan tindakan organisasi menjadi satu dan terintegrasi secara keseluruhan sebagai hasil dari model aliran informasi akhir ini.

¹⁰ Suzuki, Kohei, and Hyunkang Hur. 2020. "Bureaucratic Structures and Organizational Commitment: Findings from a Comparative Study of 20 European Countries." *Public Management Review* 22 (6): 877-907. <https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1619813>.

3. Peran *Public Relations* dalam Komunikasi Organisasi

Sebuah organisasi harus mengkomunikasikan tujuan dan visi kepada seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, melalui komunikasi organisasi. Sebuah organisasi yang tidak menjalin komunikasi dengan baik akan sulit berkembang, oleh karena itu kegiatan komunikasi ini perlu dikelola dengan baik, dan divisi humas adalah divisi yang paling tepat untuk menanganinya. Hal ini juga memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan umpan balik dan menindaklanjutinya untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan terhadap lingkungannya.

Agar komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan, hubungan antar anggota harus mampu membawa arus informasi ke dalam maupun ke luar organisasi. Dalam artian menyampaikan informasi kedalam organisasi, ataupun meneruskan informasi keluar dari organisasi. Diperlukan pengelolaan informasi dan organisasi yang tepat. Jika tidak ditangani dengan tepat, komunikasi organisasi akan salah arah. Komunikasi organisasi dapat diimplementasikan melalui berbagai strategi. Misalnya, organisasi dapat melakukan survei atau kuesioner untuk mengetahui kinerja dan pengaruh atau *impact* organisasi. Maka pertemuan rutin dengan anggota di semua tingkatan minimal sebulan sekali, memeriksa hasil survei media tentang kemajuan organisasi dan subjek terkait, dan sebagainya.¹¹

4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Dalam organisasi komunikasi punya empat fungsi sebagaimana berikut:

1. Fungsi Informatif

Setiap anggota organisasi melihat organisasi sebagai sarana untuk memproses informasi yang memungkinkan mereka memperoleh

¹¹Prasetyo, Muhammad Anggung Manumanoso, and Khairul Anwar. 2021. "Karakteristik Komunikasi Interpersonal Serta Relevansinya Dengan Kepemimpinan Transformasional." *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 5 (1): 25. <https://doi.org/10.32585/jkp.v5i1.1042>.

informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Anggota organisasi dapat beroperasi dengan kepastian yang lebih besar karena mereka memiliki informasi yang diperlukan.

2. Fungsi Regulatif

Regulasi dalam organisasi terkait dengan fungsi pengaturan. Ada dua faktor yang mempengaruhi fungsi ini dalam organisasi mana pun. Pertama, manajer, yang dapat mengubah semua informasi, dan kedua, siapa yang terhubung dengan teks aturan tertulis. Oleh karena itu, kebijakan pengaturan difokuskan pada pekerjaan, di mana manajemen yang lebih rendah membutuhkan penjelasan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan di tempat kerja. Sehingga pekerjaan dalam organisasi dapat berjalan sesuai regulasi atau ketentuan yang sudah dicanangkan dan sesuai dengan visi dan misi.

3. Fungsi Persuasif

Dalam administrasi organisasi, otoritas dan kekuasaan tidak selalu berhasil menarik perhatian yang diinginkan. Banyak pemimpin yang lebih suka meyakinkan bawahannya daripada memberikan perintah karena pekerjaan yang dilakukan secara sukarela akan menghasilkan kualitas yang lebih tinggi daripada ketika pemimpin menunjukkan dominasi dan kontrolnya terhadap pekerja.

4. Fungsi Integratif

Setiap organisasi bertujuan untuk memberikan para anggotanya alat yang mereka butuhkan untuk melakukan tugas dengan baik. Hal ini dapat dicapai melalui dua jenis saluran komunikasi yang berbeda: saluran komunikasi formal seperti rapat yang dilakukan secara eksklusif dan rutin di dalam organisasi, dan saluran komunikasi informal seperti pembicaraan empat mata saat jam istirahat, kegiatan harian, atau ketika sedang bersantai pada waktu luang.¹²

¹²Jumrad, Oviva Tidal, and Ira Dwi Mayang Sari. 2019. "Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi 42 Pentingnya Peranan Komunikasi dalam suatu Organisasi: Analisis Gaya Komunikasi Antar pengurus UKM-F Kewirausahaan UIN GUSDUR Pekalongan

C. RESEARCH METHOD

Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut ¹³Penelitian Kualitatif yaitu penelitian yang data – datanya berupa kata – kata, kalimat, artinya datanya tidak berbentuk angka. Jenis penelitian yang dilakukan adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana gaya komunikasi yang digunakan antar pengurus UKM-F yang ada di UIN Gusdur Pekalongan.

Penelitian deskriptif kualitatif memberikan hasil berupa data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan orang lain. Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk menggambarkan fenomena atau kenyataan yang ada, baik bersifat alami maupun rekayasa manusia. Pengamatan langsung pada obyek sesuai lingkup penelitian dan teori komunikasi organisasi sebagai pendukung dalam pembahasan. Hal ini dapat menjelaskan peran komunikasi organisasi dan gaya komunikasi yang terjadi dalam Unit Kegiatan Mahasiswa rayon FEBI UIN GUSDUR

D. RESULTS AND DISCUSSION

Informasi mengenai pentingnya peranan komunikasi dan gaya komunikasi antara pengurus suatu organisasi setelah melakukan beberapa wawancara kepada mahasiswa/mahasiswa febi uin K.H. Adurahman wahid pekalongan yang mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa bahwa sebagian pengurus UKM-F Kewirausahaan menganggap bahwa komunikasi dalam organisasi itu penting karena dapat membangun hubungan kerjasama antar pengurus menjadikan program kerja yang telah ada dapat terlaksana dengan baik. Adanya

Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame." *Jurnal Common* 3 (1): 104-14. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1953>.

¹³Abubakar, Rifa'i, ed. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

komunikasi dapat mencegah terjadinya miskomunikasi yang dapat menyebabkan konflik. Sebuah komunikasi merupakan kunci dalam berorganisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Budaya komunikasi saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang mengara pada komunikasi dalam jaringan (online), dimana platform digital seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter dan lainnya menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan siapapun, dimanapun dan kapanpun yang tentunya sangat memudahkan dalam komunikasi tersebut. Walaupun tidak semua komunikasi dilakukan melalui online tetapi mayoritas orang menyampaikan informasi melalui online. Dengan komunikasi terbuka, itu dapat memberikan informasi jujur serta mengurangi miskomunikasi antar anggota. Dengan keterbukaan ini juga dapat menciptakan kepercayaan antar anggota karena merasa dihargai dan diakui sehingga setiap individu merasa nyaman untuk menyampaikan ide-idenya. Tidak adanya sekat antara pengurus lama dengan yang baru menjadikan komunikasi itu baik. Komunikasi sangat penting bagi pemimpin karena sebagai pemegang otoritas tertinggi, mereka harus mampu mengkoordinasikan dan mengelola segala bentuk sistem dan kebijakan dengan bawahannya melalui komunikasi. Setiap pemimpin dan anggota akan saling berinteraksi dan berkomunikasi setiap hari, sehingga memiliki metode komunikasi yang efektif dapat membantu anggota mencapai tujuan organisasi.¹⁴

Terkait dengan perkembangan teknologi yang ada sebenarnya cukup membantu terkait dengan komunikasi yang dimana dapat menghubungkan dengan orang-orang yang jauh. Namun, terkadang apa yang kita sampaikan kurang bisa dipahami oleh orang tersebut, karena adanya hal tersebut dapat menimbulkan masalah. Jadi lebih baik hal

¹⁴ Sabita Fajar Sakina, *Analisis Gaya Komunikasi Dalam Kepemimpinan Organisasi Non Profit*, malang: Universitas Brawijaya, skripsi, 2017

44 Pentingnya Peranan Komunikasi dalam suatu Organisasi: Analisis Gaya Komunikasi Antar pengurus UKM-F Kewirausahaan UIN GUSDUR Pekalongan

yang memang cukup berat untuk dibicarakan lewat gadget/online lebih baik dibicarakan secara langsung. Gangguan dalam berkomunikasi setiap orang berbeda-beda. Ketika penyampaian pesan melalui media elektronik biasa apa yang ingin disampaikan kurang terlalu dapat dipahami dan terkadang dalam penggunaan kosa kata yang cukup membingungkan. Ketika penyampaian pesan secara langsung itu biasanya terkendala di penyampaian saat ingin di ucapkan seperti berbicara terlalu cepat atau kadang berbelit belit dalam berbicara. Dalam hal ini para pengurus ukm-f berpendapat bahwa media yang digunakan dalam melakukan proses komunikasi dengan tatap muka atau secara langsung dan media online yaitu WahtsApp

Dalam sebuah organisasi itu sendiri, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk merekrut anggota dengan berbagai cara agar kecelakaan dilaporkan oleh orang lain. Motivasi membantu pengembangan motivasi dengan menjelaskan kepada anggota apa yang perlu dilakukan, bagaimana hal-hal tertentu harus dilakukan dalam pekerjaannya, dan apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja di bawah standar. Sarana pengungkap emosi (frustasi, kepuasan, dll) dan Memberikan informasi yang memudahkan perumusan proposal.¹⁵

Penerapan komunikasi dalam organisasi akan mengatur hubungan antara mentor dan mentor, peserta dengan peserta, serta mentor dan peserta. Setiap gaya komunikasi mempunyai tujuan yang berbeda-beda, yaitu bersifat aspiratif, membangkitkan semangat, mengoordinasikan, dan memotivasi sesuai dengan jati diri individu. Bentuk komunikasi tertentu berdampak negatif terhadap pembelajaran, transfer pengetahuan, dan pengalaman siswa dalam memahami dan

¹⁵ Ika Novitaria Marani, Gaya Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Keolahragaan, jurnal UNJ, 2016, hal 38.

mengungkapkan pengetahuan yang diperoleh selama proses penelitian.

Menurut pengertian dasarnya, organisasi adalah suatu kesatuan sosial manusia yang senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya agar setiap anggotanya mempunyai fungsi dan tanggung jawab tertentu. Dengan demikian, organisasi adalah suatu unit yang memiliki tujuan dan batasan yang jelas yang memungkinkannya untuk diambil dengan cara yang aman dari lingkungannya. Ada banyak permasalahan yang muncul dalam operasional organisasi sehari-hari, mulai dari posisi tingkat dasar hingga tingkat pengambil keputusan sendiri. Dengan demikian, komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi mempunyai peran yang sangat penting dalam mencapai komunikasi yang baik dan tujuan organisasi.

Pada dasarnya gaya komunikasi yang ada di UKM-F kewirausahaan ini sudah termasuk dalam komunikasi yang baik yang dapat mengurangi sebuah permasalahan yang biasanya terjadi yakni miss komunikasi. Dengan memberikan hak kepada setiap anggota untuk menuangkan pikiran, pendapat, berbicara dalam berdiskusi maupun rapat menjadikan hubungan komunikasi ukm f kewirausahaan baik.

Kita dapat belajar dari berbagai model atau gaya komunikasi bagaimana menyelesaikan konflik dalam organisasi. Apakah bentuk komunikasinya linier, transaksional, atau interaktif? Segala hal di dalamnya sangat merugikan keberhasilan penyelesaian konflik. Untuk itu kreativitas kita dalam memilih strategi komunikasi sangat penting dalam mengatasi penyelesaian konflik yang pada akhirnya bermuara pada tercapainya tujuan organisasi.

E. CONCLUSION

komunikasi memiliki peran sentral dalam keberhasilan suatu organisasi. Komunikasi yang efektif antara pengurus dan anggota, baik secara langsung maupun melalui platform online, membangun kerjasama, mengurangi miskomunikasi, serta menciptakan kepercayaan dan keterbukaan di antara anggota. Gaya komunikasi pemimpin juga krusial dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi anggota menuju tujuan bersama. Meskipun perkembangan teknologi memudahkan akses komunikasi, terkadang pesan yang disampaikan bisa kurang dipahami atau terdapat hambatan dalam ekspresi. Oleh karena itu, komunikasi langsung tetap dianggap penting dalam mengatasi hal tersebut. Komunikasi juga berperan dalam pengendalian perilaku, motivasi, pengambilan keputusan, serta mempererat hubungan di dalam organisasi. Berbagai gaya komunikasi dan model dapat diterapkan untuk menyelesaikan konflik dan mencapai tujuan organisasi, dengan kreativitas dalam memilih gaya komunikasi yang cocok menjadi kunci kesuksesannya.

F. REFERENCES

- Andina, Nurullita Mutia, Emeraldy Chatra, and Asmawi Asmawi. "Hubungan Gaya Kepemimpinan Dan Iklim Komunikasi Organisasi: Kasus Pada Bri Kanca Madiun Di Masa Pandemi." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 6, no. 4 (October 1, 2021): 383. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i4.20563>.
- Abubakar, Rifa'i, ed. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Asrini, Kiki, Budiman Purba, and Cut Alma Nuraflah. 2022. "Gaya Komunikasi Pemimpin Dan Kinerja Pegawai Di Unit Pelaksana Teknis Samsat Medan Utara." *Jurnal Network Media* 5 (1): 11-19.
- Farid, M., Supratomo, & Harsono, A. Y. "Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Komunikasi Organisasi Antara Atasan-Bawahan Dalam Membangun Budaya Organisasi Di Lingkungan Sekreatariat DPRD Kota Bengkulu." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 4, no. 3 (2015): 328-43. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/630>.
- Jubaidah, Edah. "Analisis Hubungan Gaya Kepemimpinan Dan Kompetensi Komunikasi Dalam Organisasi." *Jurnal Ilmu Administrasi* 6, no. 4 (2019): 399-412. <https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/view/360>.
- Jumrad, Oviva Tidal, and Ira Dwi Mayang Sari. 2019. "Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame." *Jurnal Common* 3 (1): 104-14. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1953>.
- Mochammad Aehsan Auza'I, M. Luki Faturrokhman, Intania Assai Nissa Sahiba, Khamidah Zahro, Rofiatu Rizqiyah, Ade Gunawan 47

- Mohamad Muspawi. 2014. "Manajemen Konflik (Upaya Penyelesaian Konflik Dalam Organisasi)." *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora Penawar* 16 (2): 41-46.
- Mutawakkil, and Nuraedah. 2019. "Gaya Komunikasi Dosen Dalam Pembelajaran Mahasiswa." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (2): 135-52. <https://doi.org/10.15575/cjik.v3i2.5765>.
- Marani, Ika Novitaria. Gaya Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Keolahragaan, *jurnal UNJ*. (2016). Hal: 38.
- Prasetyo, Muhammad Anggung Manumanoso, and Khairul Anwar. 2021. "Karakteristik Komunikasi Interpersonal Serta Relevansinya Dengan Kepemimpinan Transformasional." *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 5 (1): 25. <https://doi.org/10.32585/jkp.v5i1.1042>.
- Puspitasari, Dita, and Bayu Putra. 2022. "Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi : Lisan , Non Verbal , Dan Tertulis (Literature Review Manajemen)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3 (3): 257-68.
- Sakina, Sabita Fajar. Analisis Gaya Komunikasi Dalam Kepemimpinan Organisasi Non Profit. malang: Universitas Brawijaya, skripsi. (2017).
- Sunarta, Sunarta. 2015. "Konflik Dalam Organisasi (Merugikan Sekaligus Menguntungkan)." *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v10i1.3969>.
- Suzuki, Kohei, and Hyunkang Hur. 2020. "Bureaucratic Structures and Organizational Commitment: Findings from a Comparative Study of 20 European Countries." *Public Management Review* 22 (6): 877-907. <https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1619813>.
- Wuryan, Siti, Muhammad Bisri Mustofa, Rama Saputra, and Mutiara Putri Cahyani. "Pengaruh Gaya Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengelolaan Organisasi : Tinjauan Analisis." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 1 (2023): 1-23. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i1.3349>.
-