

APLIKASI KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK MEMBANGUN MOTIVASI KERJA KARYAWAN BUMN

R. R Dinar Soelistyowati

*Universitas Persada Indonesia
e-mail: dinar_funky@yahoo.com*

Abstrak. Penelitian ini mengemukakan tentang komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pimpinan di BUMN (Badan Usaha Milik Negara), dimana komunikasi organisasi ini merupakan salah satu tujuan dalam melakukan pendekatan dan memotivasi karyawan yang berada dalam suatu BUMN. Konsep yang dibangun untuk menjawab masalah pokok yang juga menjadi kerangka teori adalah komunikasi, komunikasi organisasi, motivasi, karyawan dan kepemimpinan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari data primer melalui wawancara mendalam dan observasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode eksplanatif. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kegiatan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh humas BUMN sangatlah memadai, walaupun belum maksimal dalam pelaksanaannya karena masih terdapat kendala dan hambatan berupa Sumber Daya Manusia. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pimpinan di BUMN sangat berperan aktif dalam penyebaran informasi kepada public dan dapat ditingkatkan secara terus menerus untuk membangun motivasi kerja karyawan.

Kata Kunci : *Komunikasi organisasi, motivasi kerja, karyawan*

1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan suatu hal yang paling hakiki dalam kehidupan manusia karena tanpa adanya komunikasi dalam kehidupan manusia hidup akan terasa hampa dan tanpa komunikasi pun tidak akan terjadi hubungan yang harmonis antara individu dan anggota kelompok atau organisasi lainnya. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak merasa terasing dari lingkungan sekitarnya. Komunikasi selalu hadir di setiap aktivitas manusia, misalnya dalam bekerja, berorganisasi dan interaksi satu dengan yang lainnya di lingkungan dimana seseorang berada. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil serta begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan (Muhammad, 2005 :1).

Bila sasaran komunikasi dapat diterapkan dalam suatu organisasi baik organisasi pemerintah, organisasi kemasyarakatan, maupun organisasi perusahaan, maka sasaran yang dituju pun akan beraneka ragam, tapi tujuan utamanya tentu untuk mempersatukan individu-individu yang tergantung dalam organisasi tersebut. Komunikasi organisasi

yang digunakan dalam perusahaan akan menciptakan komunikasi yang nantinya untuk membangun motivasi kerja karyawan.

Peran komunikasi organisasi khususnya arahan-arahan dari pimpinan dapat menjadi salah satu pengaruh penting dalam produktivitas organisasi, karena komunikasi organisasi mempengaruhi usaha anggota organisasi.

Komunikasi organisasi yang positif cenderung meningkatkan dan mendukung komitmen dan loyalitas karyawan pada organisasi. Proses-proses interaksi yang terlibat dalam perkembangan komunikasi organisasi juga memberi andil pada beberapa pengaruh penting dalam restruktur, reorganisasi dan dalam menghidupkan kembali unsur-unsur dasar organisasi.

Kegiatan instansi tidak dapat berjalan tanpa adanya dukungan dari karyawan. Oleh karena itu instansi harus dapat bekerjasama dan menjalin hubungan yang harmonis dengan karyawan. Karyawan akan bekerja dengan baik apabila segala kebutuhan mereka dapat terpenuhi dengan baik, seperti pemenuhan komunikasi organisasi yang mencakup kepuasan anggota organisasi terhadap informasi yang tersedia. Pemimpin yang ideal harus senantiasa memberikan arahan-arahan kepada anggota organisasi untuk senantiasa memberikan komitmen secara penuh bagi kemajuan instansi. Hal ini disebabkan karena komunikasi organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut ikut mempengaruhi kepada tingkah laku karyawan.

Goldhaber dalam Muhammad (2009:67) memberikan definisi komunikasi organisasi berikut “organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of independent to cope with environmental uncertainty”.

Artinya bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang salingtergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dan merupakan aktivitas utama dari fungsi internal public relations yang dapat berperan sebagai penengah antara pihak manajemen dengan karyawan agar lebih efektif. Komunikasi harus dilakukan secara intensif dan teratur. Dalam komunikasi yang baik diperlukan adanya timbal balik antara kedua belah pihak agar menghasilkan efek yang positif.

Menurut Ruslan (2006:35-36), dalam buku manajemen public relations dan media komunikasi, fungsi public relations secara umum di bagi menjadi 2 yaitu : public relations sebagai metode berkomunikasi (methode of communication). Humas merupakan rangkaian kegiatan (or system of action), melalui kegiatan komunikasi yang khas kehumasan. Artinya sebagai metode komunikasi humas mengandung makna setiap pimpinan dari sebuah organisasi bagaimana pun kecilnya dapat melaksanakan fungsi-fungsi public relations. Hubungan fungsional antara humas dan organisasi adalah sebagai metode komunikasi, yaitu mengefektifkan dan mengefisiensikan upaya-upaya pencapaian tujuan organisasi. Ada juga public relations sebagai perwujudan (state of being). State of being yang dimaksud dalam manajemen kehumasan adalah perwujudan suatu kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” ke dalam bentuk biro, bagian, divisi

atau seksi. Artinya terdapat orang yang memimpin atau pejabat humas suatu kelembagaan tertentu.

Pembahasan mengenai komunikasi organisasi maka tidak lepas dari motivasi kerja karyawan. Motivasi kerja merupakan respon seseorang (sebagai pengaruh) terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya (Coleman, 1982). Termasuk ke dalam hal ini respons terhadap komunikasi organisasi, supervisor, kompensasi, promosi, teman sekerja, kebijaksanaan organisasi dan hubungan interpersonal dalam organisasi. Dia selanjutnya mengatakan bahwa semua bentuk komunikasi berhubungan secara berarti dengan bermacam-macam aspek motivasi kerja (Muhammad, 2009:90).

2. Analisis Masalah

BUMN merupakan institusi yang dapat meningkatkan kapasitas layanan informasi dan pemberdayaan potensi masyarakat. Selain itu juga institusi ini dapat membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam menyelenggarakan pemerintahan negara, humas bekerjasama dengan karyawan dalam menciptakan dan menjaga komunikasi organisasi agar tetap terjalin dengan baik. Salah satunya dengan memberikan dukungan kepada karyawannya yang dapat membantu dirinya dalam membangun, mempertahankan diri serta memperteguh keyakinan dirinya sehingga kesadaran bawahan tentang makna dan kepentingan perannya dalam perusahaan makin besar sejauh mana sumber-sumber informasi dan peristiwa komunikasi dapat dipercaya. Selain itu dalam menjaga komunikasi organisasi agar tetap terjaga dengan baik masing-masing karyawan saling menghargai dan menghormati keberadaan masing-masing pribadi sehingga ada saling pengertian sesama karyawan.

3. Pembahasan

Komunikasi organisasi di dalam instusi pemerintahan dinilai sangat penting karena mempunyai manfaat salah satunya untuk membangun motivasi kerja karyawan (pegawai). Bagi mereka (karyawan/pegawai) motivasi di nilai sangat penting untuk meningkatkan mutu dan kualitas kinerja karyawan di tempat mereka berkarya/bekerja. Untuk membangun sebuah motivasi di butuhkan sebuah komunikasi yang berjalan dengan baik, karena komunikasi adalah merupakan hal yang di anggap bisa untuk menjalin interaksi antara pimpinan dengan karyawan/pegawai ataupun karyawan dengan karyawan sehingga motivasi kerja dapat tercipta dengan baik.

Menurut Bernard Berelson dan Garry A. Staikner dalam (Ruslan, 2005:17) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagiannya menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, bilangan, grafik dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaian biasanya dinamakan komunikasi.

Komunikasi merupakan suatu media untuk menyampaikan pesan (message) dari satu pihak ke pihak lainnya. Pengertian komunikasi tersebut merupakan suatu hal yang memang sangat dibutuhkan. Dari komunikasi ini akan terjalin komunikasi organisasi yang diperlukan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Menurut Katz dan Kahn dalam (Muhammad, 2009:65-66) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Suatu unit yang bertanggung jawab bagaimana komunikasi itu bisa di kelola antara hak dan kewajibannya serta esensi manfaatnya misalnya pesan dari pemerintah kepada masyarakat dari saat merespon pesan dari pemerintah atau lembaga lainnya. Disini komunikasi organisasi memegang peranan yang sangat penting di dalam sebuah dunia kerja agar nantinya dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan yang diharapkan atau tujuan.

Romli, (2011:41) mengemukakan tentang teori transisional, teori ini beranggapan bahwa kestabilan struktur dan fungsinya ternyata tidak selalu membuat organisasi jadi efisien. Organisasi harus memberi perhatian penting pada aspek human relations. Untuk itu komunikasi organisasi harus baik. Semakin baik komunikasinya, maka semakin efisien organisasi tersebut. Teori ini menyadari bahwa manusia-manusia di dalam organisasi adalah makhluk yang aktif dan dinamis, bukan sekedar alat produksi yang kaku. Secara internal komunikasi itu sangatlah penting karena solid tidaknya sebuah organisasi tergantung pada bagaimana lancar atau tidaknya proses komunikasi itu sendiri. Komunikasi ibarat darah yang mengalir dalam tubuh manusia. Apabila komunikasi berhenti diantara pimpinan dan karyawan, maka pasti ada masalah. Masalah tersebut tentunya harus segera diselesaikan. Penyelesaian dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi yang intens. Selain itu komunikasi organisasi merupakan suatu proses yang dinamis yang berfungsi sebagai alat utama bagi kunci sukses atau tidaknya suatu institusi dalam hubungannya dengan lingkungan karena komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan saling menukar pesan organisasi satu jaringan hubungan yang saling bergantung, baik secara formal maupun non formal. Mengamati permasalahan ini memang komunikasi organisasi penting untuk meningkatkan kualitas serta mutu kinerja para karyawan. Dalam hal ini komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pimpinan kepada karyawan memiliki tujuan yaitu untuk mendukung optimalisasi kerja.

Wayne (2005:276), pemimpin adalah orang yang membantu orang lain untuk memperoleh hasil-hasil yang diinginkan. Pemimpin bertindak dengan cara-cara yang memperlancar produktivitas, moral tinggi, respons yang energik, kecakapan kerja yang berkualitas, komitmen, efisiensi, sedikit kelemahan, kepuasan, kehadiran, dan kesinambungan dalam organisasi. Namun selaku pimpinan harus menjelaskan cara mengaplikasikan komunikasi organisasi agar berjalan baik untuk membangun motivasi kerja karyawan. Cara bekerja berdasarkan pemahaman yang sama, artinya komunikasi itu tidak akan berfungsi aplikasinya kalau antara yang ingin menyampaikan komunikasi dan menerima tidak punya pemahaman yang sama jadi dasarnya sangat mudah.

Pimpinan selalu memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyampaikan rasa kepuasan, ketidakpuasan atau keluhan ketika mereka bekerja.

Keluhan dan kepuasan merupakan perasaan yang pada setiap manusia dalam kehidupannya, pekerjaan merupakan aktifitas manusia yang dapat menimbulkan rasa puas atau kecewa/keluhan. Perasaan puas dan kecewa/ keluhan apabila dieksplorasikan merupakan hal yang memuaskan. Pimpinan yang baik, sudah seharusnya mau menerima/memberi kesempatan kepada para bawahannya untuk mengungkapkan/mengekspresikan perasaannya, baik itu puas maupun kecewa/keluhan.

Notoatmodjo, (2009:115) motivasi adalah suatu arahan karyawan dalam mencapai keinginan para karyawan dalam rangka pencapaian keberhasilan organisasi. Teori Kepuasan, teori motivasi Maslow merujuk kepada kebutuhan dan kepuasan sebagai kekuatan pendorong perilaku manusia. Abraham Maslow (Sutrisno, 2009:131) mengatakan bahwa orang melakukan suatu tindakan karena dorongan-dorongan kebutuhan tertentu. Tanpa motivasi organisasi tidak akan bisa mencapai output atau target yang diinginkan, arti dari motivasi itu sendiri untuk mendorong tercapainya suatu target. Sedikitnya hambatan yang dialami dalam komunikasi organisasi untuk membangun motivasi kerja karyawan terdapat suatu usaha peningkatan kinerja karyawan di BUMN.

4. Kesimpulan dan rekomendasi

Komunikasi organisasi di BUMN berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan, dalam menjalin hubungan antara pimpinan dengan bawahan/karyawan sehingga tercapainya motivasi kerja karyawan. Dengan selalu termotivasinya karyawan dalam bekerja dapat menimbulkan hasil yang efektif dan dapat mendorong tercapainya suatu target.

Upaya yang dilakukan pimpinan kepada bawahan/karyawan dalam komunikasi organisasi dalam membangun motivasi kerja karyawan menghasilkan nilai baik bagi para bawahan/karyawan dan menimbulkan semangat kerja demi tercapainya suatu target.

5. Rekomendasi

Selalu menjalin hubungan baik antara pimpinan dan bawahan/karyawan dan karyawan dengan karyawan, meningkatkan komunikasi organisasi antar pimpinan dengan bawahan/karyawan agar kinerja yang telah termotivasi itu berjalan dengan maksimal dan mencapai target yang diinginkan.

Upaya komunikasi organisasi dalam membangun motivasi kerja karyawan di BUMN terbilang menghasilkan nilai baik, namun hal itu akan lebih mendukung lagi jika Sumber Daya Manusianya dapat ditingkatkan agar semua bentuk tujuan yang ingin dicapai bisa meningkat dan target yang diinginkan menjadi lebih maksimal.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana, 1993. Human Relations dan Public Relations. Bandung: CV Mandar Maju.
- , -----, 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni, 2009. Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hasibuan, Malayu SP. 2003. Organisasi dan Motivasi : Dasar Peningkatan dan Produktivitas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 2000 Public Relations. Jakarta : Erlangga.
- Krisyantono, Rachmat. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Media Group.
- Manullang, M. 2004. Manajemen Personalia. Yogyakarta : Gajahmada University.
- Moleong, Lexy. J. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Mowen, John. C dan Michael, Minor. 2002. Perilaku konsumen. Jakarta : PT Penerbit Erlangga.
- Muhammad, Arni. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana Pemuda.
- Mulyana, Deddy. 2002. Metode Penelitian Kualitatif : Para digma Baru Ilmu Komunikasi dan ilmu Sosial Lainnya. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta : Rineka Cipta.
- Pace, R. Wayne dan Don, F. Faules. 2006. Komunikasi Organisasi. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Romli, Khomshrial. 2011. Komunikasi Organisasi Lengkap, Jakarta : PT Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2005. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- , -----, 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Setiadi, Nugroho. J. 2008 Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Kencana.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto Elavaro. 2002. Dasar-dasar Public Relations. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sutarto. 2002. Dasar-dasar Organisasi. Yogyakarta : Gajahmada University Press.
- Sutrisno, Edy. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Wahyusumidjo. 1996. Pola Kepemimpinan dalam Organisasi. Jakarta : Rineka Cipta.
- Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Grasin