

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI GAJAYANA TV

Salvador Faria Sequeira Goncalves

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: salvadorfaria28@gmail.com

Abstract: *The approach used in reviewing the problem using qualitative descriptive methods. The informant retrieval technique uses purposive sampling technique. Informants in this study include: Managing Director, Station Manager, Head of Program and Production, Technical Staff, Staff News, and Staff Presenter. Data obtained through interviews and documentation. The results of this study are 1) The pattern of organizational communication based on chain communication patterns can increase employee motivation through building individual communication with mutual trust and openness. The application of chain communication patterns is based on the message delivery system applied by structured Gajayana TV. 2) Inhibiting factors include: misinterpretation of messages from recipients, lack of similarity of perceptions in terms of message interpretation. These errors are generally due to the length of work. The solution used is to build two-way communication so that the new ones join are not wrong in interpreting the meaning of the message.*

Keywords: *Communication patterns, Motivation, and Gajayana TV*

Abstrak: Pendekatan yang digunakan dalam mengkaji permasalahan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini antara lain: Direktur Utama, Manajer Stasiun, Kabag Program dan Produksi, Staff Teknik, Staff News, dan Staff Presenter. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu 1) Pola komunikasi organisasi berdasarkan pola komunikasi rantai dapat meningkatkan motivasi karyawan melalui cara membangun komunikasi individu dengan saling percaya dan terbuka. Penerapan pola komunikasi rantai didasarkan pada sistem penyampaian pesan yang diterapkan oleh Gajayana TV yang terstruktur. 2) Faktor-faktor penghambat antara lain: salah interpretasi pesan dari penerima, tidak adanya kesamaan persepsi dalam hal interpretasi pesan. Kesalahan-kesalahan ini umumnya dikarenakan lamanya bekerja. Solusi yang digunakan yaitu membangun komunikasi dua arah sehingga yang baru bergabung tidak salah dalam menginterpretasikan makna dari pesan.

Kata kunci: Pola komunikasi, Motivasi, dan Gajayana TV

PENDAHULUAN

Upaya organisasi dalam meningkatkan pelayanan terus dikembangkan guna memberikan kepuasan kepada konsumen serta sebagai acuan terhadap kinerja karyawan. Kinerja karyawan merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu organisasi. Terbentuknya kinerja karyawan tidak terlepas dari motivasi kerja yang dianggap sebagai salah satu faktor pendorong. Untuk mewujudkan semua itu perlu dibangun pola komunikasi yang baik sehingga dapat terjadinya interaksi yang berdampak pada aktivitas. Pola komunikasi yang dibangun dapat menjawab prinsip utama organisasi. Prinsip utama organisasi yaitu organisasi harus bertahan (*survive*) dan organisasi harus berkembang (*develop*) (Muhammad, 2009;4). Oleh karena itu, pentingnya peran komunikasi memiliki ruang lingkup yang tidak terbatas, tidak hanya pada komunikasi individu, namun dapat digunakan dalam tataran organisasi. Pola komunikasi yang dibangun harus mampu menciptakan hubungan kerja yang harmonis antara pemimpin dan bawahan. Hubungan yang tercipta diharapkan mampu memicu motivasi kerja karyawan. Dalam artian bahwa komunikasi yang diperankan tidak berpatokan pada fungsi komunikasi sebagai pertukaran informasi dan pesan melainkan sebagai aktivitas penukaran data dan fakta, maupun ide. Aktivitas komunikasi dalam suatu organisasi harus mempunyai arus yang

akan membentuk pola, sehingga komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan penyampaian informasi oleh pemimpin dengan karyawan, karyawan dengan karyawan, dan sub bidang dengan sub bidang dapat diterima, dimengerti dan dipahami oleh para komunikan. Secara organisatoris, Sendjaja (2004:4) membagi arus komunikasi dalam konteks organisasi menjadi dua model yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal, kedua arus komunikasi tersebut akan membentuk pola komunikasi. Oleh karena itu, pola komunikasi organisasi menjadi sangat penting dalam pengembangan sumber daya manusia yang diimbangi dengan visi-misi organisasi.

Pesan dalam komunikasi organisasi merupakan susunan symbol tentang objek, kejadian yang dihasilkan (Muhammad, 2015:68). Oleh karena itu, untuk memaksimalkan isi pesan setiap individu harus sanggup dan mampu menyusun, menggambarkan simbol atau tanda, selain itu individu penerima pesan juga dituntut untuk mampu menerjemahkan simbol atau tanda yang disampaikan. Muhammad (2015) mengemukakan bahwa pesan dalam komunikasi organisasi dapat diklasifikasikan menurut bahasa yang dibedakan dalam pesan verbal (surat, memo, pidato, percakapan) dan pesan non verbal (tidak tertulis dan tidak terucap seperti gerakan badan, sentuhan dan nada suara serta ekspresi wajah). Muhammad (2015:69) mengemukakan juga bahwa untuk pihak penerima pesan dapat diklasifikasikan menjadi pesan internal dan pesan eksternal. Pesan internal hanya diperuntukan khusus bagi karyawan dalam organisasi dan biasanya menggunakan pesan verbal. Pesan eksternal lebih menekankan pada sifat organisasi yang memegang prinsip keterbukaan dengan lingkungan, misalnya hubungan dengan masyarakat, pelayanan, dan penjualan melalui iklan.

Pada dasarnya manusia mudah diberikan motivasi karena apabila setiap kebutuhannya terpenuhi seseorang mempunyai motivasi yang tinggi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan (Buchari Zainun, 2001, dalam Ernika 2016:90). Kesulitannya adalah kebutuhan manusia kadang tidak pernah tercukupi, oleh karena itu organisasi hendaknya secara bijak mempertimbangkan proporsi yang berimbang antara kepentingan pegawai dengan organisasi. Untuk memperoleh hasil kerja yang terbaik, seorang karyawan membutuhkan dukungan dari karyawan atau kelompok tertentu dalam membangun komunikasi organisasi dan mendapat dorongan dalam mengerjakan tugas. Dorongan yang dimaksud yaitu motivasi kerja karyawan. Motivasi kerja yang baik akan berdampak pada kinerja yang baik pula. Oleh karena itu, Antoni (2006) dalam Ernika (2016:88) menyatakan bahwa pemberian dorongan sebagai salah satu bentuk motivasi, yang penting dilakukan untuk meningkatkan gairah kerja karyawan sehingga dapat mencapai hasil yang diharapkan oleh pihak manajemen.

Umumnya berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam lingkaran organisasi maupun diluar organisasi hanya untuk menjawab fungsi komunikasi sebagai fungsi motivasi. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tumbuhnya motivasi antara lain menurut Hasibuan (2008:157) yang mengutip dari Maslow yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan diri. Oleh karena itu, Ernika (2016:92) motivasi adalah suatu daya penggerak yang mampu menciptakan kegairahan kerja dengan membangkitkan, mengarahkan, dan berperilaku kerja serta mengeluarkan tingkat upaya untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya demi keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan.

Penerapan pola komunikasi yang baik guna mewujudkan visi dan misi organisasi tidak hanya dilakukan oleh organisasi basis nasional, namun hal ini juga dilakukan oleh organisasi lokal. Visi dan misi organisasi telah menjadi tiang atau pilar dan dianggap sebagai landasan dan tujuan pelaksanaan program bagi suatu organisasi. Salah satu organisasi lokal yang dimaksud yaitu Gajayana TV. Gajayana TV merupakan instansi non pemerintah yang kegiatannya difokuskan pada pengumpulan dan penyebaran informasi melalui media elektronik khususnya media televisi. Peran dari Gajayana TV meliputi memberikan informasi kepada khalayak melalui siaran. Baik buruknya tanyangan telah

menjadi tolak ukur dari Gajayana TV. Oleh karena itu, untuk memperoleh prestasi dimata publik, perlu adanya pola komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan yang berdampak pada kinerja dari Gajayana TV sendiri. Tingkat keberhasilan karyawan Gajayana TV dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sangat ditentukan oleh pola komunikasi organisasi dari Gajayana TV. Pola komunikasi yang diterapkan tidak saja selalu mencapai hasil yang diharapkan, namun pola komunikasi dapat menghambat penyebaran informasi dalam instansi tersebut. Bila pola komunikasi organisasi telah dibentuk akan merubah situasi lingkungan organisasi yang dapat memberikan kenyamanan yang secara langsung mempengaruhi motivasi kerja karyawan Gajayana TV. Pola komunikasi yang terbentuk karena komunikasi yang terjadi secara terus menerus atau berulang-ulang kali.

Menyimak dari berbagai hal diatas, dan pentingnya pola komunikasi yang diterapkan khususnya yang bersifat intern dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui motivasi kerja, sehingga penelitian ini berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Gajayana TV”. Tujuan penelitian ini yaitu: mengetahui pola komunikasi organisasi dan faktor-faktor yang menghambat pola komunikasi organisasi yang diterapkan di Gajayana TV dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Pola Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan sarana paling utama dalam kehidupan manusia, yang berarti tak seorang pun yang dapat menarik diri dari proses ini baik dalam fungsinya sebagai individu maupun makhluk sosial. Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2002:41). Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat (Cangar, 2007:1).

Secara teoritis, para ahli mengemukakan beragam pendapat dalam mendefinisikan komunikasi organisasi. Hal ini dapat disimak dari Muhammad (2015:65) yang mengutip dari beberapa ahli seperti: 1) Redding dan Sanborn yang mengemukakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengirim dan penerima informasi dalam organisasi yang kompleks, 2) Katz dan Khan mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi, 3) Zelko dan Dance mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal, 4) Thayer berpendapat menggunakan pendekatan sistem secara umum, bahwa komunikasi organisasi sebagai arus data yang melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Jadi secara umum, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan sistem yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungan baik dari sisi internal maupun eksternal yang dapat membentuk aliran komunikasi sehingga tujuan yang diinginkan dapat terwujud.

Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:115) adalah sistem. Adapun yang dimaksud dengan sistem adalah seperangkat unsur-unsur yang saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas (KBBI, 2008:849). Sistem adalah: Suatu keseluruhan yang terdiri atas (yang di bina oleh) beberapa unsur yang satu dengan yang lainnya berhubungan secara korelatif: saling mendukung, saling menopang, saling mengukuhkan, saling menjelaskan. Pola komunikasi dalam judul ini ialah sistem penyampaian pesan komunikasi dari komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk merubah pendapat, sikap maupun perilaku komunikan. Sistem penyampaian pesan didasarkan pada penggunaan sejumlah teori-teori komunikasi dalam menyampaikan pesan langsung ataupun melalui perantara media tertentu.pesan komunikasi disampaikan melalui lambang (*symbol*) komunikasi dalam

bahasa verbal maupun nonverbal serta media komunikasi lainnya seperti media teknologi informasi, media audio visual, surat kabar, majalah dan lain-lain. (Cangar, 2007:1).

Pola komunikasi dilakukan dalam usaha untuk menemukan cara terbaik dalam berinteraksi ketika penyampaian pesan. Walaupun sebenarnya tidak ada cara yang benar-benar paling baik secara universal di bidang komunikasi dikarenakan informasi dapat dikirimkan dengan tujuan yang berbeda-beda. Secara teoritis, menurut Pratminingsih (2006:16) pola komunikasi dapat dibagi dalam empat (4) macam pola komunikasi, yaitu: pola rantai, pola lingkaran, pola roda, dan pola saluran total. Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus, pola komunikasi di sini akan lebih mempunyai arti jauh ketika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam merealisasikan bentuk komunikasi.

Komunikasi akan berfungsi bila ketua dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya. Adapun fungsi komunikasi dalam organisasi didasarkan pada pendapatnya Muhammad (2009:107) adalah: informatif, pengendalian, persuasif, integratif, dan motivasi.

Motivasi Kerja Karyawan

Berdasarkan teori komunikasi organisasi yang telah dikemukakan oleh para ahli, bahwa salah satu fungsi komunikasi organisasi sebagai motivasi, yang artinya dengan komunikasi yang dibangun dapat memperkuat motivasi yang berdampak pada kinerja karyawan. Motivasi dapat diartikan sebagai suatu daya pendorong (*driving force*) yang menyebabkan orang tersebut berbuat sesuatu atau yang ingin diperbuat karena takut akan sesuatu, misalnya seseorang ingin naik pangkat atau gaji, maka perbuatannya akan menunjang pencapaian keinginan tersebut (Sedarmayanti, 2009:66).

Pengertian ini dapat disimpulkan bahwa motivasi akan hadir berbarengan dengan kebutuhan dan kepuasan yang dapat merangsang tumbuhnya motivasi kerja. Kesulitannya adalah kebutuhan manusia kadang tidak pernah tercukupi, oleh karena itu, organisasi hendaknya secara bijak mempertimbangkan proporsi yang berimbang antara kepentingan karyawan dengan organisasi. Hal ini sangat sependapat dengan Hasibuan (2008:157) mengemukakan bahwa motivasi karyawan dipengaruhi oleh kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan diri, dan kebutuhan akan perwujudan diri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan visi misi organisasi. Karena pada dasarnya organisasi bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang optimal. Kemampuan, kecakapan dan keterampilan karyawan tidak ada artinya bagi organisasi, jika mereka tidak mau bekerja keras mempergunakan kemampuan, kecakapan dan keterampilan yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, pendekatan yang digunakan dalam mengkaji permasalahan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian di Gajayana TV, yang beralamat di Jl. MT. Haryono Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juni 2018 hingga bulan Juli 2018. Pemilihan Gajayana TV sebagai lokasi didasarkan pada peran dari instansi serta memiliki sejumlah karyawan yang bertugas di luar area instansi sehingga instansi tersebut dapat mempertahankan dan meningkatkan koordinasi. Fokus yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu: Teknik pengambilan informan

menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini antara lain: Direktur Utama, Manajer Stasiun, Kabag Program dan Produksi, Staff Teknik, Staff News, dan Staff Presenter. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan antara lain: sumber data primer dan sumber data sekunder. Data dikumpulkan melalui: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Gajayana TV

Arus komunikasi yang dibangun secara terus menerus diharapkan dapat membentuk pola komunikasi yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan di Gajayana TV sehingga berdampak pada prestasi kerja. Untuk melancarkan komunikasi yang baik diperlukan pola komunikasi di dalam organisasi tersebut, dan interaksi diantara bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Pola komunikasi organisasi diperlukan untuk pengembangan komunikasi yang baru agar pimpinan dapat melahirkan strategi atau planning yang inovatif dalam penerapan visi dan misi.

Dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan perlu adanya pola komunikasi yang didesain sehingga pada hakekatnya dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Menyimak dari hasil yang dipaparkan berdasarkan wawancara dengan informan kunci bahwa arus komunikasi yang digunakan oleh Gajayana TV merupakan arus komunikasi vertikal. Arus komunikasi vertikal yang diterapkan dalam hal ini yaitu arus komunikasi vertikal ke bawah dan arus komunikasi vertikal ke atas. Dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa arus komunikasi ini terbentuk karena adanya hubungan timbal balik dari atasan ke bawahan maupun dari bawahan ke atasan namun masih dalam satu garis yang saling menghubungkan. Arus komunikasi yang mengikuti susunan struktur organisasi dapat membentuk pola komunikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa arus komunikasi vertikal yang diterapkan oleh Gajayana TV membentuk pola komunikasi rantai. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimak bahwa pesan atau informasi diedarkan dari atas kebawah maupun dari bawah keatas.

Memahami lebih jauh, bahwa informasi berantai yang diterapkan melalui bagan struktur organisasi memiliki resiko kehilangan informasi yang sangat tinggi, namun dalam pelaksanaannya setiap informasi setiap dikawal sehingga resiko kehilangan dapat diminimalisir. Arus komunikasi yang dihubungkan dengan struktur organisasi Gajayana TV dapat membentuk pola komunikasi sehingga penyebaran informasi disesuaikan dengan atasan diatas bagan struktur karyawan.

Pola komunikasi rantai dapat menimbulkan resiko kehilangan informasi yang begitu tinggi, hal ini dikarenakan penyampaian informasi yang diteruskan berdasarkan bagan struktural. Untuk mencegah kehilangan informasi, setiap karyawan Gajayana TV selalu bertanya bila tidak mengerti tentang maksud pesan tersebut, sehingga tidak salah dalam pelaksanaannya. Dalam artian bahwa akan terbentuknya model komunikasi dua arah. Model komunikasi ini terlihat jelas bahwa dalam hasil penelitian ada respon dalam hal bertanya tentang kejelasan makna dari penerima pesan. Konsep bertanya yang telah dilakukan ini mempertegas posisi pengirim pesan. Posisi ini dipertegas dalam hal pengirim pesan harus mampu menerjemahkan arti penyandian, sehingga menimbulkan reaksi terhadap respon penerima pesan. Reaksi ini terlihat pada penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan berdasarkan arus struktur atau dari atasan yang memberikan informasi dan bila bawahan yang belum terbiasa dengan model pesan yang diterima selalu ditanyakan tentang kejelasan pesan kepada atasan.

Dalam meningkatkan motivasi karyawan Gajayana TV yang menjadi indikator yaitu hubungan kedekatan yang dapat membentuk sikap kepercayaan diri karyawan. Sikap kepercayaan diri karyawan tersebut akan menimbulkan keterbukaan diri antara individu satu dengan individu yang

lainnya. Keterbukaan melalui sharing dan lain sebagainya akan menjadi motivasi lebih untuk karyawan sehingga mampu menciptakan penyelesaian kerja yang sesuai dengan harapan. Adanya komunikasi yang diyakini baik sebagai proses maupun sebagai sistem yang terjadi baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Komunikasi diyakini sebagai proses karena terjadi secara terus menerus sehingga melahirkan motivasi bagi setiap karyawan. Bila komunikasi juga diyakini sebagai suatu sistem yang terjadi adalah membentuk hubungan antara sesama sehingga menciptakan komunikasi melalui interaksi sehingga adanya rasa keterbukaan yang berdampak pada proses untuk dapat meningkatkan motivasi karyawan Gajayana TV. Komunikasi yang terjadi dengan sengaja dapat diartikan bahwa pesan yang dikirim mempunyai maksud tertentu sehingga perlu adanya penjelasan dari pesan tersebut. Komunikasi yang dibangun hendak menjadi motivasi bagi karyawan sendiri melalui tidak memilih melainkan semuanya adalah satu kesatuan yang menjadi satu keluarga yaitu keluarga Gajayana TV. Hubungan yang ada tidak sendirinya datang, melainkan dibentuk berdasarkan tahap atau langkah sehingga mendatangkan komunikasi yang efektif. Terbentuknya kekeluargaan sehingga menciptakan keharmonisan tidak terlepas dari sebuah prinsip yaitu prinsip keterbukaan.

Keterbukaan dapat meningkatkan kepercayaan sesama sehingga menjadi motivasi tersendiri bagi setiap karyawan. Kedekatan emosional menumbuhkan motivasi bagi karyawan. Efektifnya pola komunikasi mempunyai indikator tersendiri seperti hanya penyelesaian pekerjaan yang sesuai dengan informasi. Pola komunikasi organisasi telah mampu menambah kepercayaan dan keterbukaan karyawan sehingga meningkatkan motivasi dan berdampak pada proses penyelesaian pekerjaan yang sesuai. Komunikasi yang efektif dapat terjadi bila kejelasan informasi atau pesan yang disampaikan dari satu ke lainnya.

Proses komunikasi yang telah dijalankan oleh instansi Gajayana TV mampu memberikan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, Pace dan Faules (2009:113) motivasi kerja muncul dari proses komunikasi organisasi yang sedang dan telah terjadi, dimana pegawai ada didalamnya, pegawai terlibat proses komunikasi dengan atasan maupun sesama dalam keterkaitannya dengan harapan, pemenuhan kebutuhan, peluang dan kinerja mereka. Bila dilihat dari proses penyampaian informasi yang diterapkan oleh Gajayana TV dapat digolongkan ke dalam komunikasi formal yang disampaikan secara terstruktur melalui bagan struktur yang ada.

Faktor-Faktor Penghambat Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja

Dalam menjalankan roda organisasi tidaklah selalu lancar. Hal ini dapat ditinjau dari segi peredaran informasi. Informasi yang akan disampaikan dari satu ke lainnya tidak semuanya diterjemahkan oleh penerima informasi. Hal yang sama juga dialami oleh Gajayana TV dalam memperakurat isi informasi sehingga dapat dijalankan dengan baik oleh setiap karyawan. Kendala yang dihadapi oleh Gajayana TV sangatlah beragam. Penggunaan penyandian masih menjadi problem dalam pesan yang diterima oleh penerima pesan. Masalah kian datang karena perbedaan persepsi dalam menanggapi setiap informasi. Identifikasi terhadap karyawan yang berada dalam departemen perlu dilakukan sehingga pesan yang dikirim dapat disesuaikan dengan karyawan.

Kebiasaan menjadi kunci dalam menerjemahkan pesan baik yang akan mengirim maupun yang menerima. Mengejar target dalam sebuah pekerjaan sudah menjadi hal yang tidak dapat dipungkiri lagi oleh setiap karyawan. Adakalanya karyawan yang terlalu fokus meniadakan sesuatu seperti halnya kekeliruan dalam menanggapi serta menerjemahkan pesan. Hidup berorganisasi baik dalam lingkaran pemerintah maupun swasta terus menghadapi berbagai persoalan. Persoalan yang ditimbulkan harus dapat diminimalisir sehingga organisasi dapat berkembang dan bertahan.

Keberhasilan dari suatu tugas yang dilakukan oleh setiap individu sangat ditentukan dari komunikasi. Hal ini juga yang dialami oleh Gajayana TV dalam mengkomunikasi pesan. Dimana

pesan yang diterima oleh penerima maksud dan tujuan pesan tidaklah mudah diterjemahkan, sehingga menghadirkan beragam persepsi. Persepsi ini timbul karena kekeliruan dalam menginterpretasikan isi pesan. Dalam artian bahwa dalam pesan digunakan bahasa atau simbol yang bila diartikan memiliki makna yang ganda. Hal ini dapat dikatakan bahwa komunikasi yang terjadi karena tidak disengaja. Ketidaksengajaan ini dikarenakan dalam mengirim pesan pengirim belum mengidentifikasi setiap karyawan atau penerima pesan yang didasarkan pada lamanya bekerja. Bila hal ini terjadi berarti akan terjadi kesalahan dalam menginterpretasikan pesan. Sehingga Mulyana (2004:24) mengutarakan bahwa Komunikasi terjadi setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik dalam bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non verbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dulu bahwa kedua pihak yang berkomunikasi punya suatu sistem simbol yang sama.

Untuk meminimalisir kejadian interpretasi pesan, setiap karyawan diharapkan mampu membangun komunikasi dua arah, sehingga pengirim dapat menjelaskan maksud dan tujuan pesan kepada penerima pesan. Hal ini sangat didukung oleh Pace dan Faules (2010:172) mengemukakan bahwa penyampaian pesan berurutan merupakan bentuk komunikasi yang utama, yang pasti terjadi dalam organisasi. Setiap pesan yang masuk kepada anggota tidak semua memiliki kesadaran informasi yang sama, jadi diperlukan komunikasi atau obrolan yang lebih guna meminimalisir masalah yang timbul akibat dari miskomunikasi. Komunikasi dua arah lebih ditekankan pada kecepatan merespon sehingga kesalahan dalam interpretasi pesan tidak terjadi. Sehingga dalam pelaksanaannya perlu adanya timbal balik sebagai bentuk dalam memperjelas isi pesan dan terbuntutnya komunikasi dua arah. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam menyelesaikan setiap pekerjaan yang dilimpahkan kepadanya. Proses komunikasi yang telah diterapkan oleh instansi menjadi penghambat sendiri. Menurut Abudullah (2010) menyatakan bahwa ciri-ciri komunikasi organisasi antara lain adanya struktur yang jelas serta adanya batasan-batasan yang dipahami masing-masing anggota perusahaan.

Beragamnya persoalan yang ada di Gajayana TV tentu ada cara untuk mengatasinya. Solusi yang telah terapkan oleh Gajayana TV dalam menekan hambatan pada penyampaian pesan harus bersifat dinamis mengikuti perubahan situasi yang berkembang sehingga efektif dalam kesamaan persepsi terlaksana. Komunikasi harus bersifat dinamis, dikatakan dinamis karena mampu mengidentifikasi penerima pesan. Hasil dari identifikasi yang dilakukan terhadap karyawan mampu menyamakan persepsi antara setiap individu, sehingga pesan yang dikirim tidak salah tafsir. Ketidaktahuan seseorang dalam menerjemahkan pesan harus secepatnya respon bila tidak dimengerti akan makna yang digunakan. Jarak dapat ditepis dengan memanfaatkan media elektronik dalam mengkomunikasikan segala sesuatu. Dengan media komunikasi elektronik respon dapat dipercepat sehingga klarifikasi terhadap informasi mudah diatasi.

KESIMPULAN

1. Pola komunikasi organisasi berdasarkan pola komunikasi rantai dapat meningkatkan motivasi karyawan melalui cara membangun komunikasi individu dengan saling percaya dan terbuka
2. Faktor-faktor penghambat antara lain: salah interpretasi pesan dari penerima, tidak adanya kesamaan persepsi dalam hal interpretasi pesan. Solusi yang digunakan yaitu membangun komunikasi dua arah

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Masmuh. 2010. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UPT Penerbitan Muhammadiyah Malang

- Cangar, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Utama
- Dewi, Sulih Indra dan Akhirul Aminulloh. 2016. *Pemberdayaan Perempuan Melalui Siaran Radio yang Berperspektif Gender*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 14, No. 2. Pp 92-100
- Ernika, Desy. 2016. *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Inti Tractors Samarinda*. Journal Ilmu Komunikasi. Vol., 4. No., 2. Pp 87-101
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Cetakan kesebelas. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad, Arni. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Cetakan keempat belas. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. 2009. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. 2010. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pratminingsih, Sri Astuti. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Graha Ilmu
- Sendjaja, S. Djuarsa. 2004. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Sedamaryanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Cetakan ketiga. Bandung: Mandar Maju.