

Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pada Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Iain Kendari

**Sri Hadijah Arnus
IAIN Kendari**

hadijaharnus@gmail.com

Abstrak

Fakultas Ushuluddin adab dan dakwah adalah salah satu fakultas yang baru terbentuk setelah status STAIN Kendari beralih menjadi IAIN Kendari. Cikal bakal Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah ini berasal dari jurusan dakwah di masa masih berstatus Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN), fakultas ini menjadi menarik karena merupakan gabungan dari beberapa rumpun ilmu yang berbeda yang disatukan dalam satu manajemen fakultas. Perbedaan latar belakang ilmu tentu saja dapat mendatangkan beberapa kendala khususnya dalam hal pola komunikasi organisasi dalam pengelolaan fakultas, karena pola komunikasi yang baik dapat menimbulkan motivasi kerja bagi personil dalam sebuah organisasi. Metode pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa arus *downward communication* dan *upward communication* agak terhambat, akan tetapi hal tersebut diminimalisir oleh peran para wakil dekan yang menjadi corong komunikasi dari pucuk pimpinan ke bawahan atau sebaliknya. Sedangkan pola komunikasi horisontal berjalan dengan lancar dan harmonis sehingga menjadi salah satu faktor positif dalam memberikan motivasi kepada seluruh elemen di fakultas ushuluddin adab dan dakwah IAIN Kendari. Hambatan dalam arus komunikasi tidak menjadi kendala dalam memotivasi anggota organisasi karena hal ini ditunjang oleh kondisi human relation yang cukup baik sebagai motivasi non ekonomi dari karyawan dan juga motivasi dari tunjangan kinerja yang merupakan bentuk motivasi secara ekonomi.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Motivasi, Dosen, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Kendari

Pendahuluan

“Manusia tidak dapat tidak berkomunikasi” begitulah ungkapan yang sering kita temukan dalam kajian tentang komunikasi. Pernyataan diatas tentunya benar adanya karena dalam seluruh aktivitas kita sebagai makhluk sosial tidak dapat terlepas dari komunikasi dalam berinteraksi dengan individu lainnya di masyarakat. Bahkan disebutkan bahwa dalam keadaan diam seseorang sebenarnya tetap melakukan komunikasi. Seseorang yang tidak

berbicara tetap mengirimkan pesan-pesan nonverbal dari gerakan tubuh, mimik wajah, tatapan mata, dan segala artefak yang melekat pada dirinya. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari, dalam keluarga, dalam berinteraksi di masyarakat dan di dalam lingkungan tempat kerja.

Pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal saja, tetapi juga dalam tataran organisasi. Komunikasi yang baik dan lancar dalam suatu organisasi akan mempengaruhi suasana kerja dan interaksi dalam organisasi tersebut, begitupun sebaliknya. Buruknya pola komunikasi dalam sebuah organisasi akan mempengaruhi kinerja organisasi tersebut. Pentingnya komunikasi dalam setiap organisasi tentunya tidak dapat diabaikan karena dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi kelancaran organisasi baik dari segi capaian tujuan organisasi maupun dalam hal keharmonisan, serta kinerja karyawan. Mankunegara (2005) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kemampuan (ability) dan faktor motivasi. Setiap organisasi atau perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Berbagai cara ditempuh untuk meningkatkan kinerja karyawan, misalnya melalui pendidikan dan pelatihan, pemberian kompensasi dan motivasi serta menciptakan lingkungan kerja yang baik. Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah gaya kepemimpinan, komunikasi organisasi, dan motivasi kerja (Putu Sunarcaya, dalam Sehfudin 2011)

Dalam suatu organisasi, komunikasi memiliki peran penting karena komunikasi dapat membangun prestasi organisasi, memberikan motivasi kerja, juga mengurangi permasalahan. Permasalahan yang lazim dihadapi organisasi pada umumnya adalah ketidakharmonisan hubungan antara atasan dan bawahan, hal ini disebabkan antara lain karena kurangnya kepercayaan atasan terhadap bawahan atau sebaliknya, tidak adanya transparansi dalam pengambilan kebijakan, kurangnya ruang komunikasi yang tersedia, atau tersubatnya saluran komunikasi dari atas kebawah atau sebaliknya dan lain sebagainya. Pembentukan komunikasi organisasi yang baik dipandang oleh suatu organisasi sebagai upaya untuk memberikan motivasi kerja bagi karyawan. Dalam hal ini staf maupun dosen yang diperbantukan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan motivasi kerja anggotanya. Hal ini dapat dilihat dari hubungan yang harmonis antara pimpinan dan bawahan begitu pula sebaliknya, dan komunikasi dengan sesama pegawai, serta tersedianya forum komunikasi bagi setiap anggota organisasi. Suasana kerja yang mementingkan komunikasi terbuka, penuh kepercayaan dan tanggung jawab desentralisasi pengambilan keputusan antara pimpinan dan bawahan dan sesama, memperlancar arus komunikasi terutama berkenaan dengan tugas-tugas kantor.

Perilaku-perilaku yang terdapat pada organisasi akan dipengaruhi oleh iklim organisasi yang telah terbentuk. Iklim organisasi tersebut akan membentuk sikap sosial,

toleransi, menghargai bekerja sama dengan menyelesaikan tugas, loyalitas tinggi dan peduli terhadap kemampuan organisasi. Oleh karena itu besarnya tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh staf tidak terlepas dari kesadaran dalam diri staf itu sendiri akan kewajibannya, dengan besarnya tanggungjawab staf dalam bekerja, maka antara staf satu dengan yang lainnya harus bisa menjalin komunikasi dengan baik. Organisasi harus selalu berupaya agar komunikasi dengan organisasi terus terjalin dengan baik. Karena pembentukan komunikasi organisasi dapat memberikan kepuasan kerja stafnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan motivasi kerja anggota organisasi. Motivasi kerja akan berpengaruh dengan pelayanan pada pelaksanaan tugas, salah satunya pelayanan yang ramah, menyenangkan serta memuaskan kebutuhan terhadap stakeholder organisasi. Baik stakeholder internal maupun eksternal organisasi. Melihat pentingnya peran komunikasi dalam organisasi dalam peningkatan motivasi kerja dalam sebuah organisasi maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kendari.

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah merupakan salah satu fakultas dari empat fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Fakultas ini merupakan salah satu fakultas yang baru terbentuk setelah perubahan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kendari menjadi IAIN pada tahun 2014 silam. Berbeda dengan dua fakultas lainnya yang ada di IAIN Kendari saat ini, yaitu Fakultas Syariah yang cikal bakal terbentuknya dari Jurusan Syariah dan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang terbentuk dari Jurusan Tarbiyah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah terbentuk dari gabungan tiga rumpun ilmu yang berbeda didalamnya yaitu Ushuluddin, Adab dan ilmu Dakwah dan komunikasi. Cikal bakal fakultas ini dari jurusan Dakwah dan Komunikasi pada masa masih menjadi STAIN dahulu. Bergabungnya tiga rumpun ilmu yang berbeda dalam satu wadah fakultas tentu saja bukan hal yang mudah dalam pengelolaan organisasi fakultas tersebut. Kendala-kendala tentu saja banyak yang datang, salah satunya perbedaan latar belakang keilmuan dari dosen maupun mahasiswa yang ada di fakultas ini. Perbedaan tersebut dapat membentuk persepsi dan pendapat yang berbeda diantara anggota organisasi dalam bekerja maupun dalam memandang suatu permasalahan, baik itu dosen, mahasiswa dan tenaga kependidikan yang bertugas dalam melayani urusan administrasi dosen maupun mahasiswa di fakultas ini. Selain itu berdasarkan wawancara dan observasi awal yang dilakukan pada mahasiswa fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kendari masih memiliki keluhan dan ketidakpuasan dalam pelayanan akademik. Pelayanan yang tidak maksimal dapat disebabkan oleh terganggunya pola komunikasi dalam organisasi maupun motivasi kerja yang tidak maksimal dalam memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa. Melihat paparan tentang fakultas ushuluddin adab dan dakwah IAIN Kendari diatas, sangat menarik untuk mengkaji lebih jauh tentang pola komunikasi organisasi pada fakultas ini dan hubungannya dengan motivasi kerja dari anggota organisasi. Dalam suatu organisasi dalam lingkup

institusi pendidikan seperti IAIN Kendari. Anggota organisasi khususnya dalam lingkup fakultas terdiri dari staf kependidikan dan dosen yang menduduki jabatan struktural di fakultas maupun dosen yang memiliki tugas tambahan untuk membantu lancarnya urusan administrasi akademik di fakultas.

Pembahasan

Sebelum membahas lebih jauh mengenai pola komunikasi yang ada di lingkup fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kendari, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai komunikasi organisasi. Diawal tulisan ini sudah dijeaskan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa terlepas dari komunikasi, mulai dari lingkup yang sangat kecil yaitu keluarga sampai kepada lingkup yang luas yaitu masyarakat atau lingkup sosial dari individu. Bentuk komunikasi yang dilakukannyapun berbeda-beda, dalam ilmu komunikasi, bentuk komunikasi dapat dibedakan menjadi enam bentuk yaitu komunikasi intrapribadi yang mengacu pada komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi yang merupakan bentuk komunikasi antar dua orang yang menukarkan pesan-pesan pribadi, komunikasi yang dilakukan di dalam sebuah kelompok yang terdiri dari tiga orang atau lebih yang mempertukarkan pesan-pesan yang sifatnya lebih umum dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi, selain itu ada juga yang disebut komunikasi publik, komunikasi massa yang menggunakan media massa dan komunikasi organisasi yang kajiannya lebih berfokus pada komunikasi yang dilakukan oleh individu-individu yang berada di dalam sebuah organisasi yang sebagian besar membicarakan masalah-masalah yang menyangkut operasional organisasi, dan komunikasi yang menyangkut interaksi antara bawahan dengan atasan, atau sebaliknya maupun komunikasi dengan sesama karyawan yang memiliki level yang sama.

Komunikasi berasal dari kata latin, *comunicare*, membuat kesamaan pengertian atau to make common, kesamaan persepsi. Akar dari bahasa latinnya *communis* atau *communicatus* dalam bahasa Inggris yang berarti sama, kesamaan makna atau *commones*. Ada juga kata akar latin yaitu *communico* yang artinya membagi, maksudnya membagi gagasan, ide atau pikiran. Pengertian komunikasi yang paling populer yakni menurut Harold Laswell, ia mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*who says what in which channel to whom it that effect*”. Yang berarti siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa?. Sedangkan istilah organisasi berasal dari bahasa latin *organizer*, yang secara harfiah berarti panduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Diantara para ahli, ada yang menyebut panduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana. Banyak istilah dalam ilmu sosial dan bidang bisnis yang tidak mudah dikonseptualisasikan (komunikasi dan organisasi), setiap orang memiliki definisi tersendiri atau interpretasi semantik kata-kata yang digunakan. Berikut beberapa perbedaan yang mirip

namun mendasar di antara penjelasan berikut dari kata organisasi (1) Organisasi merupakan jaringan hubungan interdependen (2) Sistem terbuka yang (a) mengimpor energi dari lingkungan (b) mengubah energi itu menjadi beberapa produk atau service yang merupakan ciri sistem (c) mengeksport produk jasa ke lingkungan, dan (d) mengembalikan energi sistem dari sumber energi ditemukan sekali lagi di lingkungan (3) Suatu sistem yang muncul karena kemampuannya untuk memperoleh, menciptakan, melestarikan, atau mendistribusikan nilai (4) merancang strategi untuk mencapai tujuan tertentu (Philips, 1980)

Pengertian organisasi Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas

([http://book.google.co.id/books/about/comunication_in_organization.html?id=fqzbfenMMNHYC&redir_ey\(diakses pada tanggal 2 Juni 2015](http://book.google.co.id/books/about/comunication_in_organization.html?id=fqzbfenMMNHYC&redir_ey(diakses pada tanggal 2 Juni 2015)). Komunikasi Organisasi juga dapat diartikan komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi yang dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan tujuan organisasi, baik organisasi komersial seperti lembaga bisnis dan industri ataupun organisasi-organisasi sosial (Sendjaja, 1999). Apabila dua konsep diatas digabungkan, maka komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam suatu kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktifitas dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan di dalam organisasi. Misalnya: kebijakan, pernyataan dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara social. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual (<http://Banyumaskap.go.id/read8290/peran-komunikasi-efektif-dalam-organisasi#> diakses pada tanggal 3 juli 2015).

Meskipun komunikasi organisasi merupakan suatu bentuk komunikasi yang tujuannya lebih difokuskan untuk mencapai tujuan organisasi dan identik dengan komunikasi antara atasan ke bawahan atau sebaliknya, serta komunikasi antar sesama karyawan yang memiliki level yang sama. Akan tetapi dalam lingkup organisasi tidak dapat pula terlepas dari bentuk komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh anggota organisasi. Komunikasi antarpribadi dapat dilakukan dalam tataran mempertukarkan pesan-pesan yang bersifat pribadi, yang dilakukan antar masing-masing individu. Komunikasi antarpribadi juga dapat dilakukan antara atasan dan bawahan yang tujuannya untuk membicarakan masalah-masalah yang sifatnya pribadi, yang tujuannya untuk memberikan perhatian, dukungan, maupun motivasi kepada karyawan dengan pendekatan personal yang sifatnya non formal. Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi. Ilmu komunikasi

mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknis apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat dan sebagainya (<http://adiprakosa.blogspot.com/2007/12/teori-komunikasi.html>(diakses pada tanggal 23 Mei 2018).

Berbicara mengenai organisasi tentunya memiliki struktur dan pembagian kerja, oleh karena itu fokus dari kajian dari komunikasi organisasi adalah bagaimana unsur-unsur yang berada di dalam organisasi tersebut dapat berkomunikasi secara efektif yang untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. komunikasi yang efektif dalam organisasi tentu saja bisa tercapai apabila arus komunikasi dari posisi puncak dari struktur organisasi ke bawah berjalan dengan lancar, demikian pula sebaliknya, serta arus komunikasi pada posisi yang sejajar dalam struktur organisasi dapat berjalan lancar dan harmonis. Oleh karena itu dalam kajian komunikasi organisasi terdapat pembagian arus komunikasi organisasi yang dikenal dengan *downward communication*, *upward communication*, *horizontal communication*, *diagonal communication*.

Downward communication dan upward communication biasa juga disebut dengan komunikasi vertikal di dalam organisasi. Komunikasi vertikal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas kebawah dan sebaliknya. Artinya komunikasi yang disampaikan atasan kepada bawahan, dan sebaliknya. Fungsi komunikasi ke bawah digunakan pimpinan untuk (a) Melaksanakan kebiaksanaan, prosedur kerja, peraturan, instruksi mengenai pelaksanaan pekerjaan bawahan. (b) Menyampaikan pengarahan doktrinisasi, evaluasi dan teguran (c) Memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebiaksanaan-kebijaksanaan kebijakan organisasi dan insentif (d) Pemberian atau penyampaian instruksi kerja (*job instruction*), (e) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*), (f) penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedure dan practices*), (g) pemberian motivasi kepada karyawan untk bekerja lebih baik (Sendjaja,1994).

Menurut Philips (1980) ada lima tipe spesifik dari komunikasi dari atas ke bawah yang dapat diidentifikasi yaitu: (1) Instruksi kerja, komunikasi yang berkaitan dengan arahan tugas spesifik. (2) Dasar pemikiran pekerjaan, komunikasi yang menghasilkan pemahaman tugas dan hubungannya dengan tugas-tugas organisasi lainnya. (3) Prosedur dan praktik, komunikasi tentang kebijakan, aturan, regulasi, dan manfaat. (4) Umpan balik, komunikasi tentang apresiasi terhadap bagaimana seorang individu melakukan tugas yang diberikan. (5)Pengenalan tujuan, komunikasi dari karakter ideologi yang menanamkan tujuan yang akan dicapai. Ada dua hal yang mungkin terjadi jika komunikasi ke bawah seperti di atas adalah liit atau tidak jelas. Orang akan memberikan kepatuhan miial atau tampaknya mengamati surat hukum. Atau mereka akan menguji dalam perilaku aktual ide mereka sendiri tentang apa yang bisa dilakukan.

Seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya. Keberhasilan organisasi dilandasi oleh perencanaan yang tepat dan seorang pemimpin organisasi yang memiliki jiwa kepemimpinan. Kedua hal tersebut menjadi modal utama untuk kemajuan organisasi yang dipimpinnya. Fungsi komunikasi ke atas digunakan untuk: (a) Memberikan pengertian mengenai laporan prestasi kerja, saran, usulan, opini, permohonan bantuan dan keluhan. (b) Memperoleh informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan bawahan dari tingkat yang lebih rendah. Bawahan tentu berharap agar ide, saran, pendapat, tanggapan maupun kritikan dapat diterima dengan lapang dada, dan hati yang terbuka oleh pemimpin. (c) Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan. (d) penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahannya (e) penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan (f) penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya (Sendjaja, 1994). Menurut Philips (1980). Jenis informasi lain yang perlu dikomunikasikan ke atas akan mencakup: (a) informasi tentang sikap karyawan, semangat kerja dan efisiensi khususnya yang berkaitan dengan rencana dan masalah kebijakan perusahaan (b) perkembangan signifikan dalam unit kerja departemen (c) kesalahan yang menurunkan efisiensi operasional dan (d) masalah yang tidak diketahui oleh karyawan. Pada dasarnya, manajer perlu keberanian komunikasi ke atas sehingga mereka dapat melihat bagaimana karyawan merasa dan berpikir tentang pekerjaan, rekan kerja, dan perusahaan mereka.

Komunikasi horisontal atau lateral adalah komunikasi antar sesama, seperti karyawan kepada karyawan dan manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa beroperasi di bagian yang sama dalam organisasi atau beroperasi antar bagian. Komunikasi horisontal ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah. Beberapa fungsi dari bentuk komunikasi horisontal yaitu memperbaiki koordinasi tugas, upaya untuk memecahkan masalah, saling berbagi informasi, upaya memecahkan konflik dan membina hubungan melalui kegiatan bersama (Sendjaja, 1994).

Bentuk lain dari komunikasi organisasi adalah komunikasi diagonal. Bentuk komunikasi ini sering disebut komunikasi silang. Berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi yang berbeda. Dalam arti pihak yang satu tidak ada pada jalur struktur yang lain. Ini digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level yang berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang pada pihak lain.

Dari paparan di atas dapat dilihat bahwa peran komunikasi dalam organisasi sangat penting, karena komunikasi organisasi memiliki berbagai macam fungsi diantaranya

- Fungsi Informatif: dengan adanya komunikasi dalam organisasi diharapkan seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih baik dan

tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

- Fungsi persuasif: dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah.
- Fungsi regulatif: berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini *pertama* : atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. *kedua*: berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan
- Fungsi integratif: setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (newsletter, buletin, dll), juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata (Sendjaja,1994).

Berbicara mengenai pola komunikasi organisasi tentu tidak terlepas pada pembicaraan mengenai kepemimpinan, karena dalam sebuah organisasi telah sewarnyalah akan ada manajemen yang menggerakkan organisasi tersebut, sedangkan inti dari manajemen merupakan kepemimpinan. Menurut Robbin (dalam Sehfudin, 2011), kepemimpinan merupakan suatu kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok kearah tercapainya suatu tujuan. Kartini (dalam Sehfudin, 2011) menyatakan bahwa fungsi kepemimpinan adalah memandu, menuntun, membimbing, membangun, atau memberi motivasi kerja, dan membuat jaringan komunikasi dan membawa pengikutnya kepada sasaran yang dituju dengan ketentuan waktu dan perencanaan. Sehingga setiap pimpinan akan memperlihatkan gaya kepemimpinannya lewat ucapan, sikap, tingkah lakunya yang dirasa oleh dirinya sendiri maupun orang lain. Gaya kepemimpinan yang tepat akan menimbulkan motivasi seseorang untuk berprestasi. Sukses tidaknya karyawan dalam prestasi kerja dapat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan atasannya. Dalam organisasi terdapat beberapa tipe pemimpin diantaranya gaya komunikasi (Sendjaja,1994):

- Controlling style

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan

dibanding upaya mereka untuk berbagi pesan. Tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali umpan balik itu digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain dan menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

- The Equalitarian style

Pada gaya equalitarian berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two way traffic of communication*). Tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Pemimpin memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. Gaya komunikasi ini memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks.

- The structuring style

Pada gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

- The Dinamic Style

Cenderung agresif. Gaya ini sering dipakai oleh para juru kampanye atau supervisor yang membawahi para wiraniaga (salesman atau saleswoman). Tujuannya untuk menstimulasi atau merangsang para pekerja atau karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik.

- The relinquishing style

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Gaya komunikasi ini efektif ketika pengirim atau sender sedang bekerjasama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerja yang dibebarkannya.

- The Withdrawal style

Gaya komunikasi ini cenderung melepaskan diri dari tanggung jawab yang di bebarkan kepadanya dalam sebuah organisasi.

Motivasi

Sebelum kita membahas mengenai bagaimana pola komunikasi organisasi di fakultas Ushuluddin adab dan Dakwah, terlebih dahulu kita melihat pengertian dari motivasi. Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki (Jucius dalam Effendy, 2009). Motivasi membangkitkan motif, membangkitkan daya gerak, dan menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau suatu tujuan. Motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu tujuan, atau dapat juga dikatakan motif merupakan daya gerak yang mendorong seseorang berbuat sesuatu (Berrien and Bash dalam Effendy,2009). Motivasi memiliki hubungan yang erat dengan sikap dan perilaku yang dimiliki oleh seseorang. sikap yang ada pada setiap individu berinteraksi dengan nilai-nilai, emosi, peran, struktur sosial dan peristiwa-peristiwa baru, yang bersama-sama emosi dapat dipengaruhi dan diubah oleh perilaku.(Riyadi, diakses tanggal 11 Mei 2018). Menurut Mathis (2001 dalam Riyadi,2011) motivasi merupakan hasrat dalam seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan (Stepens Robins 2008)

Motivasi itu sendiri dapat diartikan sebagai keadaan dalam diri pribadi seseorang sehingga orang tersebut terdorong untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas. Oleh karenanya, motivasi mempunyai sikap yang tidak akan lepas dari sikap manusia itu sendiri, dimana manusia secara individual mempunyai kualitas eksistensi diri yang berbedabeda antara suku dengan yang lainnya.Tiap-tiap individu mempunyai latar belakang dan sikap yang berbeda terhadap rangsangan yang ada, sehingga motivasi yang muncul pada tiap-tiap individu pun berbeda-beda. Beberapa cara dapat digunakan para pemimpin untuk memeberikan motivasi positif terhadap bawahannya, seperti penghargaan terhadap pekerjaan yang dilakukan, penghargaan khusus secara pribadi, kompetisi, partisipasi, kebanggaan atau kepuasan dan materi.

Berdasarkan pengertian diatas mengenai motivasi dapat dilihat bahwa motivasi sangat erat kaitannya terhadap kinerja seorang karyawan atau anggota dari organisasi dalam mencapai tujuan dari organisasi. Individu dalam organisasi yang memiliki motivasi yang tinggi akan bekerja dengan lebih baik dalam mencapai tujuan dari organisasi, hal ini tentu saja memberikan dampak yang positif bagi kemajuan organisasi. Mangkunegara (2005) mengungkapkan bahwa teknik untuk memotivasi karyawan adalah yang pertama dengan memenuhi kebutuhan dari karyawan berupa kebutuhan materil seperti memberikan gaji tunjangan, bonus, hadiah dan sejenisnya berdasarkan dari prestasi kerja yang dicapai oleh karyaan tersebut. kedua, dengan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pipimnan atau atasan kepada bawahan atau karyawan, merupakan salah satu teknik memotivasi kerja karyawan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi karyawan secara ekstra logis. Teknik ini dirumuskan dengan istilah “AIDDAS” yaitu: attention (perhatian), Interst (minat) Desire (hasrat), decision (keputusan), action (aksi dan tindakan), satisfaction (kepuasan). Pemimpin harus memberikan perhatian kepada karyawan tentang pentingnya tujuan dari dari suatu pekerjaan agar timbul minat karyawan terhadap pelaksanaan kerja, jika telah timbul minatnya maka hasratnya akan menjadi kuat untuk mengambil keputusan untuk melakukan tindakan kerja, dalam mencapai tujuan yang diharapkan oleh pimpinan. Dengan demikian, karyawan akan bekerja dengan motivasi tinggi dan merasa puas dengan hasil kerjanya.

Mc. Clelland (1961) memberi ciri-ciri yang ada pada individu yang mempunyai motivasi berprestasi atau memiliki pencapaian yang tinggi, yaitu: a) suka membuat kerja yang berkaitan dengan prestasi, b) suka mengambil resiko yang sederhana c) lebih suka membuat yang mana individu itu bertanggungjawab bagi keberhasilan kerja itu, d) suka mendapat kemudahan tentang kerja itu, e) lebih mementingkan masa depan daripada masa sekarang dan masa yang telah lalu, f) tabah apabila menemui kegagalan.

Pola Komunikasi Organisasi di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Pola komunikasi yang dimaksudkan disini ialah bagaimana arus komunikasi organisasi yang dilakukan oleh para staf dan dosen yang menduduki jabatan struktural di lingkup Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dalam menjalankan manajemen pada fakultas tersebut. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dapat dilihat bahwa arus komunikasi yang terjadi pada lingkup kerja Fakultas Ushuluddin Adab Dakwah adalah pola vertikal, horisontal dan diagonal. Pola arus komunikasi vertikal dapat berupa penyampaian informasi dari pucuk pimpinan fakultas dalam hal ini dekan kepada bawahannya yaitu mulai dari tingkat wakil dekan sampai pada level yang paling bawah pada manajemen di fakultas. Pada pola vertikal terjadi pada distribusi informasi berupa kebijakan dan perintah dari pimpinan tertinggi institusi yaitu rektor dan jajarannya. Informasi yang disampaikan merupakan hasil dari keputusan yan telah dibicarakan sebelumnya biasanya dalam bentuk hasil keputusan rapat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, didapatkan bahwa masih adanya informasi yang tidak disalurkan ke bawah sehingga mengakibatkan informasi yang berbentuk kebijakan-kebijakan yang merupakan hasil kesepakatan pimpinan terkadang tidak diketahui oleh bawahan, Sehingga kerap terjadi keterlambatan dalam merespon perintah maupun kebijakan dari pimpinan teratas instansi. Hal ini membuat FUAD kerap terlambat dalam memberikan reaksi terhadap kebijakan maupun perintah yang diberikan. Berdasarkan pengamatan tersebut dapat dikatakan bahwa pola komunikasi vertikal *downward communication* sedikit “tersumbat” oleh karena ada saluran informasi yang kurang lancar sehingga kebijakan dan informasi tersebut tidak sampai ke bawahan dengan cepat, padahal seharusnya informasi dan kebijakan tersebut harus diketahui oleh semua elemen yang ada pada organisasi tersebut, karena mereka bekerja dalam sebuah sistem yang saling ketergantungan dan terkait satu dengan yang lainnya. Tersumbatnya arus komunikasi dari atas kebawah dapat disebabkan oleh penggunaan media teknologi komunikasi yang tidak efektif. Era perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang dengan cepat sehingga membuat perubahan dalam sistem birokrasi dalam institusi. Salah satunya adalah penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi seperti surat, kebijakan, undangan, dan lain sebagainya. Perhatian dan kemampuan dalam mengakses media sosial sangat diperlukan dalam hal ini, melihat sebagian besar informasi yang menyangkut manajemen di IAIN Kendari . Apabila pihak pimpinan tidak meng*update* informasi di media sosial tersebut, maka pimpinan tersebut akan sangat tertinggal akan informasi yang baru yang beredar, hal inilah yang menjadi salah satu faktor penghambat bagi arus informasi yang akan disampaikan dari pucuk pimpinan fakultas ke bawahannya. Hal ini juga merupakan salah satu wujud penerapan e-government di lingkup kerja pemerintahan dalam hal ini IAIN Kendari.

Tersumbatnya arus informasi yang terjadi dari pucuk pimpinan fakultas dapat teratasi oleh inisiatif dari para wakil dekan dalam menyampaikan informasi maupun kebijakan institusi kepada elemen-elemen yang berada di bawahnya, seperti informasi yang berkaitan dengan kebijakan di bidang akademik itu disampaikan oleh wakil dekan 1 kepada elemen di bawahnya dalam hal ini adalah ketua-ketua program studi dan staf di bidang akademik. Informasi dan kebijakan dalam bidang keuangan dan kepegawaian disampaikan oleh wakil dekan bidang keuangan kepada bagian-bagian yang ada di bawahnya seperti kepala sub bagian keuangan dan administrasi kepegawain, demikian pula halnya dengan wakil dekan bidang kemahasiswaan.

Hal yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan fungsi *downward communication* yang sesungguhnya seperti yang dikatakan oleh Sendjaja (1994) bahwa arus *downward communication* berfungsi sebagai pemberian atau penyampaian instruksi kerja (*job instruction*), selain pemberian instruksi pimpinan juga perlu memberikan penjelasan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*), pimpinan juga seharusnya

menyampaikan informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedure dan practices*). Hal ini senada dengan yang dipaparkan oleh Philip (1980) bahwa ada lima tipe spesifik dari komunikasi dari atas ke bawah yaitu pimpinan seharusnya mempunyai kemampuan dalam memberikan instruksi kerja, dan memberikan arahan tugas yang lebih spesifik agar apa yang dikerakan dapat tepat sasaran sesuai dengan tujuan. Dikatakan pula oleh Philips bahwa selain memberikan instruksi dan arahan pekerjaan hal yang tidak boleh dilupakan atau diabaikan yang dianggap sebagai hal yang tidak penting adalah memberikan umpan balik, komunikasi tentang apresiasi terhadap bagaimana seorang individu melakukan tugas yang diberikan. Apabila hal ini tidak dilakukan tentu saja akan mempengaruhi peningkatan motivasi bagi bawahan.

Apabila berbicara mengenai arus komunikasi yang vertikal tentu saja kita tidak hanya membicarakan mengenai arus informasi dari atas ke bawah akan tetapi juga dari bawah ke atas yaitu dari pegawai pada level yang paling rendah ke pucuk pimpinan dalam fakultas. Salah satu bentuk komunikasi dari bawah ke atas atau sebaliknya pada fakultas ushuluddin adab dan dakwah adalah dengan melakukan rapat pimpinan yang menghadirkan pucuk pimpinan fakultas, wakil dekan, ketua program studi dan pejabat struktural lainnya. Pada pertemuan tersebut merupakan media bagi pimpinan untuk menyampaikan pesan-pesan ke bawahan begitu pula sebaliknya. Pertemuan pada tataran pimpinan ini, arus komunikasi yang menyampaikan ide dan gagasan berjalan dengan lancar, akan tetapi arus komunikasi langsung dari level yang paling bawah ke pucuk pimpinan tidak berjalan dengan lancar. Kurangnya interaksi langsung dari pucuk pimpinan ke level paling bawah mengakibatkan adanya rasa enggan untuk berkomunikasi arus sebaliknya (*upward communication*). Padahal menurut Philip (1980) bahwa komunikasi ke atas ditujukan kepada bawahan untuk memunculkan umpan balik bagi manajemen. Karyawan yang menggunakan saluran ini memiliki kesempatan untuk membuat ide dan pendapat mereka diketahui. Walaupun dalam hal ini peran wakil dekan FUAD cukup baik dalam berkomunikasi, akan tetapi Interaksi langsung dari bawahan ke pimpinan sangat dibutuhkan sebagai indikator sehatnya komunikasi dalam sebuah organisasi. Karena semua penapis menyaring suatu penafsiran pesan-pesan transparan dalam organisasi, masalah-masalah yang tersebar luas bisa ada yang dapat dipecahkan hanya jika manajemen mendengarkan mereka pada tingkat bawah. Berdasarkan pengamatan dan wawancara ditemukan beberapa hambatan potensial untuk komunikasi ke atas pada fakultas ushuluddin adab dan dakwah adalah: (1) Banyak karyawan enggan mengungkapkan perasaan mereka yang sebenarnya tentang fakultas kepada pimpinan mereka, karena pimpinan dianggap sebagai orang yang dapat membahayakan karir mereka apabila memberikan kritikan secara jujur, (2) Banyak karyawan percaya bahwa tidak setuju dengan pimpinan akan menghambat promosi jabatan. Kritik dan ekspresi pandangan yang jelas dibekukan karena menurut mereka itu membuat mereka terlihat buruk di mata atasan mereka (3) Banyak karyawan yakin bahwa manajemen tidak tertarik dengan masalah mereka.

Manajemen adalah remote *shutt off*, sibuk dengan perhatiannya sendiri dan oleh karena itu tidak berhubungan dengan karyawan dan masalahnya (4) Banyak karyawan merasa bahwa mereka tidak dihargai untuk ide-ide yang baik (5) Banyak karyawan percaya kurangnya aksesibilitas dan responsif pengawasan (6) Banyak karyawan yakin bahwa manajemen yang lebih tinggi tidak mengambil tindakan cepat dalam masalah. Karena masalah-masalah seperti diatas, maka organisasi yang memungkinkan komunikasi ke atas biasanya meningkatkan semangat dan sikap para pegawainya. Namun kita dapat mengamati bahwa masalah-masalah yang diuraikan di atas tidak banyak dipecahkan oleh tersedianya saluran untuk melakukan komunikasi ke atas, karena biasanya orang tahu cara berkomunikasi ke atas tetapi merasa enggan untuk melakukannya.

Setelah membahas mengenai pola komunikasi secara vertikal, selanjutnya akan dipaparkan mengenai pola komunikasi horisontal pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yaitu komunikasi yang dilakukan antar staf-staf atau anggota organisasi yang mempunyai kedudukan sederajat. Komunikasi horisontal digunakan sebagai wahana untuk menyampaikan berbagai hal seperti informasi, nasehat, dan saran. Sehingga berbagai satuan kerja dalam organisasi bergerak sebagai suatu kesatuan yang bulat, mempunyai persepsi yang sama tentang arah yang akan ditempuh serta langkah yang seirama dalam menghadapi berbagai masalah yang rumit. Pada pola komunikasi yang horisontal terlihat di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah cenderung sesuai dengan yang diharapkan yaitu komunikasi dapat berjalan dengan lancar dengan hubungan yang harmonis, pola horisontal ini dapat terlihat pada baiknya proses komunikasi, meskipun mereka tidak memiliki garis komando yang langsung. Pola horisontal ini terjadi antara para ketua program studi dimana terdapat empat ketua program studi di lingkup Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yaitu Komunikasi Penyiaran Islam, Bimbingan Penyuluhan Islam, Ilmu Quran dan Tafsir, dan Manajemen Dakwah.

Sama halnya dengan arus komunikasi yang horisontal arus komunikasi organisasi diagonal juga berjalan dengan baik. Komunikasi organisasi bentuk diagonal pada fakultas ushuluddin adab dan dakwah seperti koordinasi antara kepala bagian dan ketua progra studi dalam pelaksanaan kegiatan fakultas, koordinasi wakil dekan tiga dengan kabag yang menyangkut aktivitas ahasisa dan lain sebagainya.

Hubungan Pola Komunikasi Organisasi dan Motivasi Karyawan

Prestasi kerja seseorang karyawan kadang-kadang tidak sama dengan kecakapan yang dimilikinya. Memang faktor penyebabnya tidak sama antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Faktor penyebab ini tergantung dari orangnya sendiri atau lingkungan kerjanya. Tidak sesuainya prestasi kerja dengan kecakapannya itu bagi seorang karyawan mungkin karena tidak mempunyai kemauan; bisa juga karena tidak menyukai pemimpinnya; atau dapat juga karena kekurangan energi dan lain sebagainya. Dalam psikologi Keadaan seperti itu dikatakan sebagai berikut: bukan kecakapan (*ability*) yang kurang melainkan

motivasi (motivation) yang kurang atau tidak ada. Motifnya yang tidak kuat, sehingga hasil kerjanya tidak sesuai dengan kecakapannya. (Effendy,2009)

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah didapatkan bahwa motivasi dosen maupun staf pada fakultas ini dalam melakukan pekerjaan dan tugasnya masing-masing cukup baik. Meskipun diatas telah dipaparkan bahwa terjadi sedikit sumbatan pada *downward communication* dan *upward commuication* tetapi hal tersebut itu terlalu membawa dampak yang sangat besar terhadap motivasi dari dosen dan karyawan yang berada dalam lingkup manajemen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Hal ini disebabkan oleh adanya *backup* dari wakil dekan yang dapat meminimalisasi kekurangan kemampuan pucuk pimpinan untuk menjangkau bawahannya sampai pada level yang paling bawah.

Telah disinggung diatas bahwa kurang lancarnya arus komunikasi dari atas kebawah di fakultas tersebut misalnya saja dalam hal pemberian apresiasi terhadap bawahan yang berprestasi dalam kerja yang kurang dilakukan oleh pucuk pimpinan. Hal ini dapat mempengaruhi motivasi dari bawahan, akan tetapi hal tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap tingkat motivasi bawahan karena peran dari para wakil dekan yang disebutkan sebelumnya. Hal ini juga dikarenakan karakteristik organisasi yang berbeda. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah merupakan institusi pemerintahan. Karyawan pada institusi ini sebagian besar telah mendapatkan tunjangan kinerja yang sesuai dengan beban kerjanya, selain itu dosen yang memiliki jabatan struktural memiliki tunjangan jabatan hal ini cukup memberikan motivasi kerja kepada mereka. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Mangkunegara (2005) yang mengatakan bahwa teknik untuk memotivasi karyawan adalah yang pertama dengan memenuhi kebutuhan dari karyawan berupa kebutuhan materil seperti memberikan gaji tunjangan, bonus, hadiah dan sejenisnya berdasarkan dari prestasi kerja yang dicapai oleh karyaan tersebut. kedua, dengan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pipimnan atau atasan kepada bawahan atau karyawan, merupakan salah satu teknik memotivasi kerja karyawan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi karyawan secara ekstra logis.

Hal lain yang dapat memotivasi pekerja adalah terpenuhinya kebutuhan akan rasa damai dan nyaman dalam lingkungan kerja. Hal ini bisa didapatkan dengan adanya lingkungan kerja yang nyaman di fakultas ushuluddin adab dan dakwah. Dalam menciptakan lingkungan yang nyaman dibutuhkan adanya saling meghargai dalam berinteraksi dan berkomiikasi diantara sesama elemen dalam organisasi. Hal tersebut biasa disebut dengan human relations. Kajian tentang human relations pada khususnya membahas tentang bagaimana setiap individu berkomunikasi dan berinteraksi dalam sebuah lingkup kerja. Fungsi Human Relations dalam manajemen adalah memotivasi para karyawan, membangkitkan motif mereka, menggugah daya gerak mereka untuk bekerja lebih giat. Jadi jika dalam memotivasi para karyawan akan menggunakan kata-kata, maka kata-kata itu

harus positif mengandung kebijaksanaan, menimbulkan sikap optimistis, bukan kata-kata negatif yang menjatuhkan mental. Sebagai contoh adalah salah sekali bila berkata kepada seorang karyawan sebagai berikut: “ bodoh sekali kamu. “Yang begini saja tidak bisa kamu kerjakan !” adalah lebih baik jika berkata seperti ini: “ Sebetulnya saudara bisa mengerjakannya lebih baik. Coba kerjakan lebih cermat. Salah satu cikal bakal dikembangkannya Kajian human relations adalah kesadaran akan pentingnya untuk meningkatkan produktivitas dari para pekerja di eropa. salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas dari buruh pada saat itu bukan hanya memberikan gaji yang tinggi akan tetapi diperlukan perlakuan yang baik kepada karyawan, suasana dan hubungan kerja yang harmonis dalam perusahaan atau organisasi. Salah satunya adalah dengan menerapkan prinsip human relations, human relation itu sendiri yaitu bagaimana kita menjalin hubungan dengan manusia, dalam artian bagaimana kita berkomunikasi dengan seseorang dengan memanusiaikan manusia yaitu selalu memberikan penghargaan dan perhatian terhadap lawan komunikasi kita sehingga dalam kajian human relations dalam ruang lingkup yang sempit mengatakan bahwa human relations diterapkan pada hubungan seseorang dalam lingkup kekayaan atau lingkup kerja dalam perusahaan ataupun organisasi (Effendy, 2009).

Apabila kita melihat kembali kepada hubungan antar individu di fakultas ushuluddin adab dan dakwah cukup harmonis dan setidaknya telah memenuhi prinsip-prinsip yang dikemukakan mengenai human relations diatas. Hal ini menjadi salah satu yang memperkuat komunikasi organisasi yang ada di fakultas tersebut. Salah satu indikator sehingga komunikasi yang kita lakukan telah menerapkan prinsip human relation adalah adanya kepuasan dalam berkomunikasi diantara kedua belah pihak yang melakukan komunikasi. Untuk mencapai kepuasan tersebut diperlukan cara berinteraksi yang komunikatif, persuasif dan sugestif. 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 daripada individu (d) Kepemimpinana memegang peranan yang sangat penting dan mencakup aspek-aspek formal dan informal (e) Penganut aliran human relations menganggap komunikasi sebagai fasilitator penting dalam prses pembuatan keputusan (Sendjaja 1994).

Penutup

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kendari didapatkan bahwa arus komunikasi dari pucuk pimpinan fakultas kebawah ataupun sebaliknya tidak begitu lancar, akan tetapi kekurangan tersebut dapat tertutupi oleh peran para wakil dekan di fakultas tersebut. Hal yang perlu ditingkatkan dalam berbicara masalah komunikasi organisasi adalah meningkatkan kemampuan pemanfaatan media karena saat ini penggunaan media komunikasi semakin meningkat termasuk dalam

komunikasi organisasi. Penggunaan media komunikasi dapat membantu terwujudnya komunikasi yang efektif dalam organisasi.

Meskipun terdapat sumbatan pada arus *downward communication* dan *upward communication* dalam komunikasi organisasi di fakultas Ushuluddin adab dan Dakwah, tetapi karyawan tetap memiliki motivasi kerja karena setiap mereka memiliki tunjangan kinerja yang merupakan motif mereka dalam bekerja, selain itu kondisi human relations di fakultas ushuluddin adab dan dakwah cukup baik sehingga menjadi faktor non ekonomis dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Daftar Pustaka

- Arni, Muh. 2007. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta. Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human relations dan public relations*. Mandar Maju. Bandung.
- Gibon Ivansevich, Donnelly. 1993. *Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Erlangga
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Lewis, Philip V. *Organizational Communication, the essence of effective management second edition*, 1980. Grid Publishing INC. Oklahoma State University.
- Mangkunegara AA. Anwar Prabu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- McClelland, D.C. 1961. *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Purwanto Djoko. 1997. *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Erlangga
- Riyadi, Slamet. 2011. *Pengaruh Kompensasi Finansial, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.13 No.1 Maret 2011. diakses tanggal 23 April 2018.
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sendjaja, S Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Sehfidin, Arif. 2011. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wiyono Darso, Soekadi. 1996. *Peranan Kounikasi di dalam organisasi*, Surakarta: Bumi Kentingan
- <http://adiprakosa.blogspot.com/2007/12/teori-komunikasi.html> (diakses pada tanggal 23 Mei 2018).
- <http://Banyumaskap.go.id/read8290/peran-komunikasi-efektif-dalam-organisasi#> diakses pada tanggal 3 juli 2015.
- http://book.google.co.id/books/about/comunication_in_organization.html?id=fqzbfenMMNHYC&redir_ey (diakses pada tanggal 2 Juni 2015).