



## **Persepsi Dan Komunikasi Dalam Organisasi Pendidikan**

**Dhea Musdhalifa**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia  
musdhalifadhea@gmail.com

**Muhammad Syaifudin**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia  
muhammadsyaifudin74@gmail.com

### **Abstract**

This perception and communication is very important to know because it understands behavioral science. Communication occurs when someone wants to convey information to others. And this communication can work properly and correctly and if the delivery of the information conveys it properly, and the recipient of the information receives it not in the form of a ride. Perception is essentially a cognitive process experienced by everyone in understanding information about their environment, through sight, hearing, appreciation, feeling and smell. Communication is the process of conveying information from one person to another, either by telephone, letter, conversation, expression, a combination of these methods, and so on. In essence, perception is a process of evaluating a person against a particular object. Because perception is an activity of sensing, integrating and providing an assessment of physical objects and social objects, and this sensing depends on physical and social stimuli in the environment. In the process of individual perception required to provide an assessment of an object that can be positive/negative, happy or not happy and so on. With the existence of perception, attitudes will be formed, namely a stable tendency to apply or act in a certain way in certain situations.

**Keywords:** Perception, Communication, Organization

### **Abstrak**

Persepsi dan komunikasi ini sangat penting diketahui karena memahami ilmu perilaku. Komunikasi terjadi jika seseorang ingin menyampaikan informasi kepada orang lain. Dan komunikasi tersebut dapat berjalan baik dan tepat dan jika penyampaian informasi tadi menyampaikannya dengan patut, dan penerima informasi menerimanya tidak dalam bentuk pemuangan. Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari satu orang kepada orang lain, bisa melalui telepon, surat, pembicaraan, ekspresi, kombinasi cara tersebut, dan lain-lain. Pada hakikatnya persepsi adalah merupakan proses penilaian seseorang

terhadap obyek tertentu. Karena persepsi merupakan aktivitas mengindera, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula.

Kata kunci: Persepsi, Komunikasi, Organisasi

## A. PENDAHULUAN

Persepsi dan komunikasi ini sangat penting diketahui karena memahami ilmu perilaku. Komunikasi terjadi jika seseorang ingin menyampaikan informasi kepada orang lain. Dan komunikasi tersebut dapat berjalan baik dan tepat dan jika penyampaian informasi tadi menyampaikannya dengan patut, dan penerima informasi menerimanya tidak dalam bentuk distorsi. Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan yang menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang sangat berbeda dengan kenyataannya.

Persepsi sangat tergantung kepada komunikasi, sebaliknya komunikasi juga tergantung pada persepsi. Persepsi timbul karena adanya dua faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan, dan tanggapan terhadap hasil yang dicapai, sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan. Kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu proses yang dikenal dengan komunikasi. Begitupun proses komunikasi dapat terselenggara dengan baik atau tidak, tergantung persepsi masing-masing orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut (Veithzal Rivai & deddy Mulyadi, 2012).

Dalam berkomunikasi kita biasa memilih sebagian pesan yang terkandung dalam pernyataan lawan komunikasi kita untuk kita tanggapi dan mengabaikan pesan-pesan atau bagian lainnya. Hampir semua bentuk komunikasi sesungguhnya memang kompleks atau rumit, sehingga sadar atau tidak sadar.

Komunikasi tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dipastikan akan "tersesat," karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana cara untuk bersikap, karena inti pembelajaran

adalah interaksi dengan orang lain, yang pada intinya adalah melakukan komunikasi. Rudolph F. Verderber (dalam Mulyana, 2010) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

## **B. METODE**

Ada pun jenis Penelitian ini adalah studi literatur. Zed dalam penelitian Kartiningasih (2015) mengatakan bahwa metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Kartiningasih menambahkan bahwa Studi kepustakaan dilakukan oleh setiap peneliti dengan tujuan utama yaitu mencari dasar pijakan/ fondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau disebut juga dengan hipotesis penelitian. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang berupa studi literatur atau studi kepustakaan. Studi literature dapat ditempuh dengan jalan mengumpulkan referensi yang terdiri beberapa penelitian terdahulu yang kemudian dikompilasi untuk menarik kesimpulan (Mardalis, 2019).

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi jauh lebih kompleks dan luas dari pada sensasi. Proses persepsi melibatkan interaksi yang kompleks dari seleksi, dan interpretasi. Meskipun persepsi sebagian besar tergantung pada objek-objek pancaindra sebagai data kasar, proses kognitif dapat memfilter, memodifikasi, atau mengubah sama sekali data ini. Ilustrasi yang sederhana ini dapat disebutkan disini dengan memperlihatkan objek yang tidak bergerak pada satu sisi, umpamanya patung atau pohon. Dengan menggerakkan mata secara perlahan ke sisi lain dari objek tersebut bergerak. Tetapi, orang tersebut tetap berpersepsi bahwa objek itu tidak bergerak.

Untuk memudahkan kita dalam memahami persepsi maupun sensasi akan kami paparkan beberapa contoh berikut. Anda melihat kawan anda sedang melihat-lihat etalase toko. Anda menyergapnya dari belakang, "bangsat loe, udah lupa sama aku ya!" orang itu membalik, anda terkejut. Ia bukan teman anda, tetapi orang yang tidak pernah anda kenal seumur hidup anda. Ini bukan kesalahan persepsi tapi ini adalah kekeliruan sensasi. Bila dosen mengucapkan "bagus", tetapi anda mendengar "Agus", anda keliru sensasi. Tetapi bila saya mengucapkan "anda cerdas sekali" lalu Anda menerima pujian saya dengan marah, karena anda kira saya mempermainkan Anda, Anda salah mempersepsi pesan saya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm.51

Dalam pembahasan definisi persepsi ini terdapat beberapa pendapat para pakar komunikasi, yang dapat dijadikan dasar dalam memahami makna persepsi. Sebagaimana diungkapkan oleh Desiderato bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Robbins, Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan impresi sensorinya supaya dapat memberikan arti kepada lingkungan sekitarnya.

Kedua definisi diatas telah cukup memberikan pemahaman secara deskriptif terhadap makna persepsi, meskipun masih banyak definisi-definisi yang lain yang tidak dicantumkan dalam tulisan ini. Inti dari kedua definisi di atas tidak jauh berbeda, hanya saja definisi pertama lebih menekankan pada pengalaman suatu objek, sedangkan kedua lebih menekankan persepsi sebagai proses. Namun dari kedua definisi, dapat disimpulkan bahwa inti dari persepsi adalah penafsiran (interpretasi).

Hal ini tampak pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot: "persepsi didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna".<sup>2</sup> Rudolph F. Verderber: "persepsi adalah proses menafsirkan informasi inderawi" atau J. Cohen: "persepsi didefinisikan interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang diluar sana". Jadi persepsi merupakan proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus organisme atau individu sehingga didapat sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu.

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi juga dapat diartikan sebagai suatu proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera (sensasi) mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka. Proses ini meliputi sensasi, atensi, dan interpretasi.

Menurut Luthans persepsi itu lebih kompleks dan lebih luas dibanding penginderaan. Proses persepsi meliputi suatu interaksi yang sulit dari kegiatan seleksi, penyusunan dan penafsiran. Selanjutnya proses persepsi dapat menambah dan mengurangi kejadian. Sebagai contoh: bagian pembelian membeli peralatan yang diperkirakan menurutnya adalah peralatan yang terbaik, tetapi para insinyur mengatakan bahwa itu bukan yang terbaik.

#### **Ada beberapa subproses dalam persepsi:**

1. Stimulus atau situasi yang hadir. Terjadinya persepsi jika seseorang dihadapkan dengan sesuatu stimulus atau situasi Situasi yang dihadapi itu mungkin bisa

---

<sup>2</sup> John R. Wenburg dan William.W. Wilmot, *The Personal Communication Process*. (new York: John wiley & Sons, 1973), hlm. 113.

berupa stimulus penginderaan dekat dan langsung atau berupa bentuk lingkungan sosiokultur dan fisik yang menyeluruh.

2. Registrasi, interpretasi dan umpan balik. Registrasi dalam hal ini seseorang mendengar atau melihat informasi terkirim kepadanya, didaftarnya semua informasi itu kemudian diproses interpretasi ini tergantung pada pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang adalah berbeda. Kemudian akan terjadi umpan balik.
3. Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat di dalam mempengaruhi sikap nilai dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini.

**Faktor-faktor dari luar yang mempengaruhi proses seleksi persepsi antara lain:**

1. Intensitas, semakin besar intensitas stimulus dari luar, semakin besar juga hal itu dapat dipahami.
2. Ukuran, semakin besar ukuran suatu objek semakin mudah untuk diketahui.
3. Berlawanan atau kontras, prinsip berlawanan dengan sekelilingnya ini akan menarik banyak perhatian.
4. Pengulangan, stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dari pada yang sekali dilihat atau didengar.
5. Gerakan, orang akan memberikan banyak perhatian kepada benda yang bergerak.

**Faktor-faktor dari dalam yang mempengaruhi persepsi adalah :**

1. Belajar dan persepsi. Contoh: seseorang anak yang telah diajari oleh orang tuanya bahwa daging babi itu haram dan liur anjing itu mengandung najis, maka pada diri anak akan timbul persepsi bahwa anjing dan babi itu harus dijauhi.
2. Motivasi dan persepsi motivasi mempengaruhi terjadinya persepsi. Sebagai contoh: membicarakan tentang seks akan sangat menarik perhatian, tetapi bagi masyarakat yang sudah biasa tidak begitu menarik.
3. Persepsi dan kepribadian, kepribadian, nilai-nilai, dan juga termasuk usia akan mempengaruhi persepsi seseorang. Contoh: pada usia-usia tua lebih senang dengan musik-musik klasik sedang pada usia muda lebih suka musik yang lain.

**2. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari satu orang kepada orang lain, bisa melalui telepon, surat, pembicaraan, ekspresi, kombinasi cara tersebut, dan lain-lain. Menurut O'Donnell dan Weihrich, komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima dan informasi itu dapat dipahami oleh si penerima.<sup>3</sup> Komunikasi melibatkan minimal 2 orang yaitu pemberi dan penerima informasi. Informasi diberikan melalui saluran (*Channel*) dan media. Dalam proses

---

<sup>3</sup> Kadarman, A.M. dan Jusuf Udaya Pengantar Ilmu Manajemen. (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm 220.

penyampaian bisa saja terjadi kemungkinan saluran ini diganggu oleh "Noise". Pesan dituangkan dalam ide. Ide transformasi menjadi pesan (*Message*). Pesan ini dikirimkan melalui *Channel* kepada penerima pesan itu dimasukkan sebagai ide, dan seterusnya, sampai pada penerima pesan dan akhirnya akan mempengaruhi tindakan (*action*).<sup>4</sup>

### **Fungsi Komunikasi dalam Organisasi**

Menurut Sendjaja (1994) menyatakan bahwa fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

1. Fungsi informatif, organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi.
2. Fungsi regulatif, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.
3. Fungsi persuasif, dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang di harapkan.
4. Fungsi integratif, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

Tidaklah berlebihan bila dikatakan bahwa fungsi komunikasi merupakan sarana memadukan aktifitas-aktifitas yang terorganisasi. Komunikasi dapat dipandang sebagai sarana untuk menyalurkan masukan sosial ke dalam sistem sosial. Komunikasi juga merupakan sarana untuk memodifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan, memproduktifkan informasi, dan sarana untuk mencapai tujuan. Bila kita berbicara tentang gereja, keluarga, atau suatu pasukan pramuka atau tentang sebuah perusahaan maka menyampaikan informasi dari seseorang pada yang lain sangatlah penting.

### **Tujuan Komunikasi**

Dalam arti yang luas, tujuan komunikasi dalam suatu perusahaan adalah untuk mengadakan perubahan untuk mempengaruhi tindakan dan untuk mencapai kesejahteraan perusahaan. Misalnya di dunia usaha memerlukan informasi tentang harga, kompetisi, teknologi dan keuangan. Komunikasi penting artinya karena komunikasi memerlukan komunikasi-komunikasi manajemen. Secara khusus, komunikasi di perlukan untuk:

1. Menetapkan menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan.
2. Menyusun rencana untuk mencapai tujuan itu.
3. Mengorganisasi sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dengan cara yang paling efektif dan efisien.
4. Menyeleksi, mengembangkan dan menilai anggota organisasi.
5. Memimpin mengarahkan memotivasi.
6. Mengendalikan prestasi.
7. Bentuk – Bentuk Komunikasi dalam Organisasi

---

<sup>4</sup> Harahap, Sofyan Syafri. Manajemen Kontemporer. (Jakarta: Erlangga.2004), hlm.107-108.

Manajer perlu memahami beberapa bentuk komunikasi yang umum ditemukan dalam organisasi dewasa ini. Bentuk-bentuk komunikasi ini mencakup komunikasi interpersonal, komunikasi dalam jaringan dan tim, komunikasi organisasi, dan komunikasi elektronik.

#### 1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal secara umum memiliki dua bentuk, lisan dan tulisan. Seperti yang akan kita lihat, masing-masing bentuk komunikasi ini memiliki kelebihan-kelebihan dan kelemahan-kelemahan.

Komunikasi Lisan (*oral communication*) terjadi dalam percakapan tatap muka, diskusi kelompok, percakapan telpon, dan dalam situasi-situasi lain ketika ucapan digunakan untuk mengekspresikan makna. Komunikasi lisan sangat lazim karena beberapa alasan. Yang paling utama, komunikasi lisan memicu umpan balik dan pertukaran pemikiran secara langsung dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan atau persetujuan verbal, ekspresi muka, dan gerak tubuh. Komunikasi lisan juga mudah (yang perlu dilakukan pengirim hanyalah berbicara), dan dapat dilakukan dengan persiapan sedikit (meski persiapan matang dianjurkan dalam situasi-situasi tertentu). Pengirim tidak memerlukan pensil dan kertas, *keybord*, atau peralatan lain. Akan tetapi, komunikasi lisan juga memiliki kelemahan. Komunikasi ini mungkin tidak akurat jika pembicara memilih kata-kata yang salah untuk menyampaikan suatu makna atau melupakan detail-detail penting, jika proses komunikasi lisan mengalami gangguan, atau jika penerima melupakan sebagian dari pesan. Dalam diskusi dua arah, jarang tersedia waktu untuk berpikir atau untuk memperkenalkan banyak fakta baru, dan tidak ada catatan permanen mengenai apa yang telah diucapkan. Selain itu, meski sebagian besar manajer merasa nyaman berbicara kepada orang-orang secara individual atau di depan grup kecil, hanya sedikit manajer yang suka berbicara di depan audiensi yang lebih besar.

Komunikasi Tulisan “Menulisnya” dalam surat, laporan, memo, catatan tulisan-tangan, atau *e-mail* bisa memecahkan banyak masalah yang melekat pada komunikasi lisan. Meski begitu, dan barang kali mengejutkan, *komunikasi tulisan (written communication)* tidak selazim yang anda bayangkan, dan bukan merupakan cara komunikasi yang dihargai oleh banyak manajer. Salah satu kelemahan terbesar dari bentuk-bentuk tradisional komunikasi tulisan adalah bahwa komunikasi tulisan mencegah umpan balik dan pertukaran pikiran secara langsung. Akan tetapi komunikasi lisan juga menawarkan sejumlah keunggulan.

Komunikasi tulisan biasanya sangat akurat dan menyediakan catatan permanen mengenai komunikasi. Pengirim bisa meluangkan waktu untuk mengumpulkan dan mencerna informasi dan bisa merevisinya sebelum

dikirimkan. Penerima memiliki banyak waktu untuk membacanya secara cermat dan bisa mengulangi pembacaan berkali-kali, jika diperlukan.

## 2. Komunikasi dalam Jaringan dan Tim Kerja

Meskipun komunikasi antara anggota-anggota tim dalam organisasi jelas bersifat interpersonal, banyak riset telah berfokus secara spesifik pada bagaimana individu-individu dalam jaringan dan tim kerja berkomunikasi satu sama lain. Jaringan komunikasi (*communication network*) adalah pola komunikasi antar anggota dari sebuah grup atau tim.

## 3. Komunikasi Organisasional

Bentuk-bentuk komunikasi lain di dalam organisasi adalah komunikasi yang mengalir antar dan antara unit-unit dan grup-grup organisasional. Masing-masing bentuk komunikasi ini bisa berupa lisan dan tulisan, tetapi tiap bentuk juga bisa dikembangkan menjadi pola komunikasi yang lebih luas di sepanjang organisasi. Bentuk komunikasi organisasional ada dua yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.

a. Komunikasi Vertikal (*vertical communication*) adalah komunikasi yang mengalir ke atas dan ke bawah dalam hierarki organisasi, biasanya melalui saluran-saluran pelaporan formal yaitu komunikasi yang terjadi antar manajer dengan atasan dan bawahan mereka. Komunikasi vertikal bisa melibatkan dua orang saja, atau bisa mengalir melalui beberapa level organisasi yang berbeda.

b. Komunikasi Horizontal (*horizontal communicatio*) adalah komunikasi yang melibatkan kolega dan rekan kerja dari level organisasi yang sama. Komunikasi horizontal cenderung lebih sering terjadi antar manajer dibanding antar non-manajer. Sebagai contoh, seorang manajer operasi mungkin mengkomunikasikan kepada manajer pemasaran bahwa level persediaan telah menipis dan bahwa proyeksi tanggal pengiriman harus diperpanjang 2 minggu.

## 4. Komunikasi Elektronik

Terakhir, komunikasi elektronik akhir-akhir ini menjadi semakin penting di dalam organisasi. Baik sistem informasi formal maupun teknologi elektronik pribadi telah mengubah cara manajer berkomunikasi satu sama lain.

## 5. Komunikasi Informal dalam Organisasi

Bentuk-bentuk komunikasi organisasional yang telah di bahas sebelumnya semuanya mewakili mekanisme komunikasi formal dan terencana. Namun, dalam banyak kasus sebagian besar komunikasi yang terjadi dalam organisasi meloncati saluran-saluran formal dan mengikuti sejumlah metode informal. Bentuk bentuk komunikasi informal yang umum adalah rumor, management by wandering around dan komunikasi non verbal. Pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dapat dikemas secara verbal dengan kata-kata atau nonverbal

tanpa kata-kata. Komunikasi yang pesannya dikemas secara verbal disebut *komunikasi verbal*, sedangkan komunikasi yang pesannya dikemas secara nonverbal disebut komunikasi *nonverbal*. Jadi, komunikasi verbal adalah penyampaian makna dengan menggunakan kata-kata. Sedangkan komunikasi nonverbal tidak menggunakan kata-kata. Dalam komunikasi sehari-hari 35% berupa komunikasi verbal dan 65% berupa komunikasi nonverbal.<sup>5</sup>

#### a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Dalam komunikasi verbal itu bahasa memegang peranan penting.

### **Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal,**

#### 1. Bahasa

Pada dasarnya bahasa adalah suatu system lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa verbal entah lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain. Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

Ketiga fungsi itu adalah:

- a. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita;
- b. Untuk membina hubungan yang baik di antara sesama manusia
- c. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

Bagaimana mempelajari bahasa? Menurut para ahli, ada tiga teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki kemampuan berbahasa.

Teori pertama disebut *Operant Conditioning* yang dikembangkan oleh seorang ahli psikologi behavioristik yang bernama B. F. Skinner (1957). Teori ini menekankan unsur rangsangan (stimulus) dan tanggapan (response) atau lebih dikenal dengan istilah S-R. teori ini menyatakan bahwa jika satu organism dirangsang oleh stimuli dari luar, orang cenderung akan member reaksi. Anak-anak mengetahui bahasa karena ia diajar oleh orang tuanya atau meniru apa yang diucapkan oleh orang lain.

---

<sup>5</sup> Agus M. Hardjana, Komunikasi intrapersonal, (Yogyakarta: Kanisius, 2003) hlm. 22.

Teori kedua ialah teori kognitif yang dikembangkan oleh Noam Chomsky. Menurutnya kemampuan berbahasa yang ada pada manusia adalah pembawaan biologis yang dibawa dari lahir.

Teori ketiga disebut *Mediating theory* atau teori penengah. Dikembangkan oleh Charles Osgood. Teori ini menekankan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuannya berbahasa, tidak saja bereaksi terhadap rangsangan (stimuli) yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya.<sup>6</sup>

## 2. Kata

Kata merupakan unti lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambing yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang.

### **Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan.

*Nonverbal communication is all aspects of communication other than words themselves. It includes how we utter words (inflection, volume), features, of environments that affect interaction (temperature, lighting), and objects that influence personal images and interaction patterns (dress, jewelry, furniture).* (Komunikasi nonverbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri. Ini mencakup bagaimana kita mengucapkan kata-kata (infleksi, volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel).

Komunikasi non verbal dapat berupa bahasa tubuh, tanda (sign), tindakan/perbuatan (action) atau objek (object). *Bahasa Tubuh*. Bahasa tubuh yang berupa raut wajah, gerak kepala, gerak tangan,, gerak-gerik tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi hati, isi pikiran, kehendak, dan sikap orang. *Tanda*, dalam komunikasi nonverbal tanda mengganti kata-kata, misalnya, bendera, rambu-rambu lalu lintas darat, laut, udara; aba-aba dalam olahraga. *Tindakan/perbuatan* ini sebenarnya tidak khusus dimaksudkan mengganti kata-kata, tetapi dapat menghantarkan makna. Misalnya, menggebrak meja dalam pembicaraan, menutup

---

pintu keras-keras pada waktu meninggalkan rumah, menekan gas mobil kuat-kuat. Semua itu mengandung makna tersendiri. Objek sebagai bentuk komunikasi nonverbal juga tidak mengganti kata, tetapi dapat menyampaikan arti tertentu. Misalnya, pakaian, aksesoris dandan, rumah, perabot rumah, harta benda, kendaraan, hadiah.

Hal menarik dari komunikasi nonverbal ialah studi Albert Mehrabian (1971) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7% berasal dari bahasa verbal, 38% dari vokal suara, dan 55% dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal. Oleh sebab itu, Mark Knapp (1978) menyebut bahwa penggunaan kode nonverbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- a. Meyakinkan apa yang diucapkannya (repetition)
- b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (substitution)
- c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (identity)
- d. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.
- e. Hambatan komunikasi organisasi

#### **Hambatan Dalam Proses Komunikasi**

Melakukan komunikasi yang efektif tidaklah mudah. Beberapa ahli menyatakan bahwa tidak ada proses komunikasi yang sebenarnya efektif, karena selalu terdapat hambatan. Hambatan komunikasi pada umumnya mempunyai dua sifat berikut ini :

1. Hambatan yang bersifat objektif, yaitu hambatan terhadap proses komunikasi yang tidak disengaja dibuat oleh pihak lain tetapi lebih disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan. Misalnya karena cuaca, kebisingan kalau komunikasi di tempat ramai, waktu yang tidak tepat, penggunaan media yang keliru, ataupun karena tidak kesamaan atau tidak "in tune" dari frame of reference dan field of reference antara komunikator dengan komunikan.
2. Hambatan yang bersifat subjektif, yaitu hambatan yang sengaja di buat orang lain sebagai upaya penentangan, misalnya pertentangan kepentingan, prasangka, tamak, iri hati, apatisme, dan mencemoohkan komunikasi. Sedangkan kalau diklasifikasikan hambatan komunikasi meliputi :
  - a. Gangguan (Noises), terdiri dari Gangguan mekanik (mechanical/channel noise), yaitu gangguan disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.
  - b. Gangguan semantik (semantic noise), yaitu bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Lebih banyak kekacauan

- penggunaan bahasa, pengertian suatu istilah atau konsep terdapat perbedaan antara komunikator dengan komunikan.
- c. Gangguan personal (personnel noise), yaitu bersangkutan dengan kondisi fisik komunikan atau komunikator yang sedang kelelahan, rasa lapar, atau sedang mengantuk. Juga kondisi psikologis, misalnya tidak ada minat, bosan, dan sebagainya.
  - d. Kepentingan (Interest) Interest akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan memperhatikan perangsang yang ada kaitannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran, dan tingkah laku yang akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

### **Efektivitas Komunikasi dalam Proses Pendidikan**

Dalam prosesnya bahwa komunikasi merupakan suatu proses social untuk mentransmisikan atau menyampaikan perasaan atau informasi baik yang berupa ide-ide atau gagasan-gagasan dalam rangka mempengaruhi orang lain. Agar komunikasi berjalan efektif, komunikator hendaknya mampu mengatur aliran pemberitaan ke tiga arah, yakni ke bawah, ke atas, ke samping atau mendatar. Bagi setiap orang atau kelompok dalam organisasi hendaknya mungkin untuk berkomunikasi dengan setiap orang atau kelompok lain, dan untuk menerima respon sikap, itu diminta oleh komunikator.

Menurut Marsetio Donosepoetro mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi ada beberapa ketentuan, antara lain :

- a. Karena komunikasi mempunyai suatu maksud, maka suatu message atau stimulus selalu ditujukan kepada sekumpulan orang tertentu. Ini disebut penerima yang tertentu.
- b. Komunikator berkeinginan menimbulkan suatu respon kepada penerima yang sesuai dengan maksud yang dibawakan oleh message atau stimulus tertentu.
- c. Suatu komunikasi dinyatakan berhasil jika respon yang timbul pada penerima, sesuai dengan maksud komunikasi

Dalam melaksanakan suatu program pendidikan aktivitas menyebarkan, menyampaikan gagasan - gagasan dan maksud-maksud ke seluruh struktur organisasi sangat penting. Proses komunikasi dalam menyampaikan suatu tujuan lebih dari pada sekedar menyalurkan pikiran-pikiran atau gagasan-gagasan dan maksud-maksud secara lisan atau tertulis.

Terkait komunikasi dalam pendidikan, ada sejumlah orang yang berperan yakni guru dan siswa. Guru merupakan orang yang dianggap mampu mentransfer materi ajar, gagasan, wawasan lainnya kepada siswa haruslah dipandang sebagai sebuah

proses belajar mengajar. Tetapi guru juga tidak boleh anti kritik. Justru dengan kritik dan saran itu akan menambah wawasan lain dan timbal balik dalam belajar akan semakin hidup dan menyenangkan. Jangan sampai guru memiliki sifat otoriter atas semua kebijakan di sekolah saat mengajar. Jangan jadikan siswa sebagai objek. Justru sebaliknya, siswa harus dijadikan subjek dalam sebuah pembelajaran.

Di sinilah pentingnya seorang guru memiliki komunikasi yang lancar, baik dan mampu menggerakkan siswa untuk melakukan interaksi. Membuat suasana belajar menyenangkan, nyaman, dan tak tertekan. Guru bukan hanya sebagai orang yang mengajar, tetapi lebih dari itu yakni sebagai orang tua, rekan, maupun sahabat. Karena ada siswa yang tidak mau terbuka kepada orang tua, tetapi kepada guru bisa terbuka terkait dengan persoalan atau masalah yang sedang dihadapinya, sehingga rasa kasih sayang dari seorang guru kepada siswa akan menjadikan motivasi tersendiri. Kemudian guru yang berperan sebagai teman harus mampu membuat siswa bergaul dengan leluasa dalam artian ada batasnya. Jelas ini akan menambah percaya diri siswa dalam belajar. Karena pada hakikatnya tujuan komunikasi itu adalah bagaimana bisa dan mampu merubah suatu sikap (attitude), pendapat (opinion), perilaku (behavior), ataupun perubahan secara sosial (social change).

Perubahan sikap seorang komunikan (siswa) setelah materi dari guru (komunikator) tergambar bagaimana sikap siswa itu dalam keseharian baik di sekolah maupun lingkungannya. Tentunya perubahan itu ke arah yang lebih baik, bukan sebaliknya. Kemudian perubahan pendapat siswa akan terjadi bila gagasan yang diberikan guru bersifat global. Jelas siswa akan menangkap materi ajar itu berbeda-beda, siswa akan mampu menafsirkan apa yang diajarkan oleh guru tadi yang kemudian bisa mengeluarkan pendapat atau beropini. Begitu juga dengan perubahan perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya apakah perilaku siswa sudah sesuai apa yang dicontohkan di sekolah, misalnya cuci tangan sebelum makan, berdoa sebelum tidur dan lain-lain. Yang tak kalah pentingnya adalah perubahan sosial, karena persoalan ini lebih kepada hubungan interpersonal, menjadikan hubungan yang lebih baik.

#### **D. KESIMPULAN**

Komunikasi dalam organisasi di sekolah terjadi atas Kepala Sekolah dan guru. Arus komunikasi vertikal di sekolah berlangsung dari Kepala Sekolah sebagai top level dalam organisasi sekolah, kemudian kepada middle kevel, yaitu para wakil kepala sekolah, selanjutnya kepada wali kelas dan guru lainnya. Kepala sekolah cenderung melakukan komunikasi dengan mengadakan rapat serta pertemuan langsung tatap muka terlebih ketika ada feedback dan kendala yang harus diselesaikan. Jika ada hal mendesak yang harus segera dikerjakan, beliau juga bisa menggunakan media

komunikasi telepon. Namun hal ini jarang dilakukan karena dikhawatirkan jika informasi yang diterima tidak sepenuhnya dipahami dengan baik malah bisa jadi akan terjadi misscommunication. Persepsi sangat tergantung kepada komunikasi, sebaliknya komunikasi juga tergantung pada persepsi. Persepsi timbul karena adanya dua faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan, dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai, sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan. Kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu proses yang dikenal dengan komunikasi. Begitupun proses komunikasi dapat terselenggara dengan baik atau tidak, tergantung persepsi masing-masing orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Veithzal Rivai & deddy Mulyadi, 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Agus M. Hardjana, 2003, *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta: Kanisius.
- Bertha, Nyoman, 1983. *Filsafat dan Teori Pendidikan*, (Bandung : FIP IKIP Bandung).
- Donosepoetro, Marsetio, 1982 *Manajemen dalam Pengertian dan Pendidikan Berpikir*, Surabaya .
- Fisher, Aubrey dan Kathrine L. Adams. *Interpersonal Communication: Pragmatic*
- Fattah, Nanang, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Rosdakarya, 1996).
- Gibson, James I. (1990). *Organisasi Perilaku, Struktur, Proses*. Jakarta : Erlangga.
- Griffin, Ricky W. (2004). *Manajemen Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Harahap, Sofyan Syafri. (1996). *Manajemen Kontemporer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Julia T. Wood, 2009 *Communication in Our Lives*, (USA: University of North Carolina at Capital Hill.
- Kadarman, A. M. dan Jusuf Udaya. (1996). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Muchlas, Makmuri, *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2008.
- Miftah, Thoha. 2008. *Perilaku Organisasi; konsep dasar dan aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Purwanto, M. Ngalm, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta : Mutiara Sumber-Sumber Benih Kecerdasan, 1981).
- Prof. Dr. H. Hafied Cangara, 2007 *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Perkasah.
- R. Wayne Pace dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi; strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sulaeman, Dadang dan Sunaryo, , 1986. *Psikologi Pendidikan*, (Bandung : IKIP Bandung, 1983).
- Suherman, Maman, *Pengembangan Sarana Belajar*, (Jakarta : Karunia).
- Sutisna, Oteng, 1983, *Administrasi Pendidikan Dasar Teoritis untuk Praktek Profesional*, (Bandung: Angkasa)
- Sagala, Syaiful, 2005, *Administrasi Pendidikan Konteporer*, (Bandung : Alfabeta).
- Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sendjaja, S Djuarsa. 1994, *Teori Komunikasi*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Ukas, Maman, 1999, *Manajemen Konsep, Prinsip, dan Aplikasi*, (Bandung : Ossa Promo).