

Studi Kasus Pola Komunikasi dalam Meningkatkan Kinerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan

M. Yusril Ihza Mahendra, Dwi Maharani

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma

m.yusrilihza46@gmail.com, dwimaharani@binadarma.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine organizational communication patterns in the department communication and informatics in the city of Palembang. Humans as social creatures need communication in their lives, meaning they need other people or groups to interact with each other. The method used is qualitative research. Then the research object is in the communication and information service of the city of Palembang, Sumatra, while the research subject is the head of the e-government services sector, head of the application development section, technical personnel. The results of this research are agencies under the auspices of the Palembang city government which carries out the authority for communication and government affairs. informatics

Keywords: *Communication, Office of Communication and Informatics*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan komunikasi dalam kehidupannya, artinya memerlukan orang lain atau kelompok untuk saling berinteraksi metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif, Kemudian objek penelitian berada di dinas komunikasi dan informasi kota Palembang Sumatra sementara subjek penelitian adalah kepala bidang layanan *e-government*, kepala seksi pengembangan aplikasi, tenaga teknis. Hasil penelitian ini adalah instansi yang berada di bawah naungan pemerintah Kota Palembang yang menyelenggarakan kewenangan urusan pemerintahan komunikasi dan informatika

Kata Kunci: *Komunikasi, Dinas Komunikasi dan Informatika*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan komunikasi dalam kehidupannya, artinya memerlukan orang lain atau kelompok untuk saling berinteraksi. Ia selalu hidup dengan manusia lainnya, selalu berkomunikasi untuk mengatur dan mengorganisasi kehidupannya. Hal ini menunjukkan proses komunikasi sebagai proses interaksi sosial antara individu dengan lainnya dengan kelompok masyarakat. Proses interaksi melahirkan berbagai komponen individu, kelompok masyarakat, dan organisasi dengan sistem kepemimpinan. Seorang pimpinan secara rutin berkomunikasi dengan stafnya untuk menyampaikan berbagai

informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Dalam hal ini, seorang pimpinan dituntut untuk dapat berkomunikasi lebih baik daripada stafnya agar informasi yang disampaikan lebih jelas dan akhirnya berdampak pada keefektifan lingkungan kerja. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan manusia harus dipelajari dan dikembangkan guna meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan yang lainnya dan dapat berkomunikasi secara efektif untuk mencapai tujuan.

Penggunaan komunikasi terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Melalui perkembangan teknologi komunikasi akan lebih memudahkan pencapaian tujuan, baik tujuan individu maupun tujuan perusahaan dan masyarakat. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan manusia harus dipelajari dan dikembangkan guna meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan yang lainnya dan dapat berkomunikasi secara efektif untuk mencapai tujuan. Penggunaan komunikasi terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Melalui perkembangan teknologi komunikasi akan lebih memudahkan pencapaian tujuan, baik tujuan individu maupun tujuan perusahaan dan masyarakat dapat mengakibatkan macet atau berantakannya suatu perusahaan. Komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia. Bukan saja komunikasi dijadikan sebagai alat penyalur pesan, ide, gagasan atau buah pikirannya saja, tetapi komunikasi digunakan sebagai alat untuk memengaruhi orang lain atau sebagai alat interaksi menyamakan persepsi dan untuk mencapai berbagai tujuan individu, kelompok, perusahaan maupun masyarakat. Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Si pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi. Begitu juga halnya dengan si penerima pesan dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi atau organisasi secara keseluruhan. Istilah proses maksudnya bahwa komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus-menerus, berubah-ubah, dan tidak henti-hentinya.

Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara si pengirim dan si penerima saling memengaruhi satu sama lain. Perubahan tingkah laku maksudnya perubahan yang terjadi di dalam diri individu mungkin dalam hal kognitif, afektif, atau psikomotorik. Keberhasilan organisasi mencapai tujuan bukan saja karena masalah keuangan yang memadai, sarana dan prasarana semata tetapi sangat bergantung pada komunikasi yang digunakan dalam kepemimpinan perusahaan guna menghimpun aktivitas hubungan di antara yang terlibat dalam perusahaan. Organisasi jelas membutuhkan adanya suatu komunikasi yang baik antar individu di dalam organisasi tersebut maupun antara organisasi satu dengan yang lainnya. Kita tahu pentingnya komunikasi organisasi yang baik akan sangat mempengaruhi kinerja dalam suatu organisasi tersebut. Komunikasi dalam suatu organisasi sendiri terbagi atas dua jenis, yaitu komunikasi di luar organisasi (eksternal) dan komunikasi di dalam organisasi (internal). Komunikasi eksternal adalah merupakan komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan di luar organisasi seperti komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan organisasi lain, organisasi dengan *stakeholder* di luar organisasi, organisasi dengan pemerintah, dan lain sebagainya. Berbeda halnya dengan komunikasi internal yang merupakan

komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, atasan dengan bawahan, dan kadang komunikasi internal inilah yang sangat dibutuhkan untuk membangun organisasi tersebut menjadi kompak dalam menjalankan tujuan organisasi. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang merupakan salah satu organisasi pemerintahan yang masing-masing pegawai terdiri atas bidang-bidang tertentu dan memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang komunikasi yang digunakan yakni menggunakan komunikasi formal dan nonformal. Tergantung dalam situasi yang ada di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang. Dalam kegiatan sehari-hari menggunakan komunikasi nonformal kepada para staff, sebaliknya jika ada kegiatan menggunakan komunikasi formal. Hal ini yang mengakibatkan terbentuknya hubungan emosional di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang organisasi seharusnya membangun komunikasi yang efektif dengan bawahannya agar tercipta komunikasi yang efisien. Karena dalam suatu organisasi komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan. Jika dalam organisasi komunikasinya tidak efektif dan tidak berjalan dengan mulus akan menjadi awal terhambatnya manajemen organisasi. Komunikasi yang efektif sudah sepatutnya sangat dibutuhkan di dalam proses pemerintahan, namun terdapat sebuah problematik yang muncul dengan diupayakannya kondisi tersebut agar berlangsung dengan baik. Seperti halnya di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang dimana proses penyampaian informasi yang berlangsung dengan hierarki *top-down* kurang tersampaikan secara terstruktur, dalam hal ini penyampaian informasinya yang dimaksudkan terkadang tidak secara formal. Kepemimpinan dalam instansi pemerintahan akan berjalan dengan baik melalui peran komunikasi yang efektif, menghubungkan dan menyatukan anggota organisasi ke dalam mekanisme kerja sama dalam instansi pemerintahan tidak dapat tercapai tanpa keberadaan komunikasi yang mampu menciptakan interaksi di antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan. Terdapat beberapa hambatan dalam pola komunikasi yang berlangsung dimana peran Kepala Bidang sebagai pimpinan, intensitas yang lebih aktif dalam memberikan teguran arahan hingga motivasi untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai hingga kedisiplinan karena tidak bisa dipungkiri bahwa masih ada pegawai yang belum bekerja sesuai ketentuan jam kerja yang ada, seperti jam masuk dan pulang kantor tidak tepat pada waktunya, keterlambatan dalam masuk jam kerja dan cepatnya pulang pada saat masih dalam jam kantor sehingga sering memperlambat pekerjaan dalam memberikan pelayanan. Maka akan sangat disayangkan karena jika peran setiap pihak terkhusus seorang pimpinan dalam menjaga pola komunikasi organisasi untuk meningkatkan motivasi kerja pegawainya yang kenyataannya pemanfaatan tenaga kerja para pegawai selaku sumber daya manusia yang belum optimal.

KERANGKA TEORI

Pola Komunikasi Organisasi

Menurut Effendy (dalam Gunawan 2013) pola komunikasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Pola komunikasi dapat diartikan sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi dan aktivitas organisasi sangat tergantung pada tujuan, gaya manajemen, dan iklim organisasi yang bersangkutan, artinya bahwa komunikasi itu tergantung pada kekuatan-kekuatan yang bekerja dalam organisasi tersebut, yang ditunjukkan oleh mereka yang melakukan pengiriman dan penerimaan pesan. Studi tentang pola komunikasi dilakukan dalam usaha untuk menemukan cara terbaik dalam komunikasi. Walaupun sebenarnya tidak ada cara yang benar-baik secara universal dibidang komunikasi dikarenakan informasi dapat dikirim dengan tujuan yang berbeda-beda. Selain itu dalam sebuah komunikasi tentu berbicara tentang bagaimana komunikasi itu tersalurkan, berikut implementasi pola komunikasi organisasi yang ditetapkan dalam saluran komunikasi organisasi yang dapat digunakan untuk berinteraksi agar sesuai apa yang diharapkan dan komunikasi tersebut dapat terstruktur dengan baik dan dapat mudah dipahami.

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2001:31-32) menemukan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan, komunikasi organisasi adalah proses komunikasi di dalam latar kepentingan organisasi. Organisasi adalah kegiatan –kegiatan sejumlah orang yang dikoordinasi ke arah pencapaian tujuan bersama yang merupakan kekuatan sosial yang khas dari masyarakat industri dan pasca-industri. (Andre Hardjana:2016). Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi terhadap kepentingan organisasi yang berisi cara kerja di dalam organisasi. Misalnya: Memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial, dimana orientasinya bukan pada organisasi tetapi lebih kepada anggotanya secara individual Goldhaber dalam buku Komunikasi Organisasi Lengkap, memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai *“Organizational communication is the process of creating and exchanging messages with a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty”*. Terjemahannya: “Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam rangkaian hubungan yang selalu berubah-ubah”. Menurut Keith Davis (dalam Muhammad Arni, 2014) suatu organisasi tidak akan eksis tanpa adanya komunikasi. Tidak akan memungkinkan terjadinya koordinasi kerja yang diharapkan, kerja sama yang baik

antara pimpinan dan bawahan tidak mungkin tercipta sebab mereka tidak mengomunikasikan kebutuhan dan perasaannya satu sama lain.

Faktor Dukungan dan Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Dukungan Dalam Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam kesepakatan bisnis. Strategi komunikasi sendiri tidak bisa dilakukan secara spontan karna harus disusun secara detail agar komunikasi yang akan dilakukan berjalan dengan baik sesuai keinginan.

1) Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, hendaknya melakukan pengenalan dulu terhadap lawan komunikasi nantinya. Sangat penting untuk mengetahui mengenai sasaran komunikasi agar komunikasi yang berjalan nanti dapat dipahami olehnya dengan baik.

2) Penyusunan pesan

Dalam melakukan strategi komunikasi, perlu dilakukan penyusunan pesan terlebih dahulu agar strategi berjalan dengan baik sesuai dengan rencana. Penyusunan pesan haruslah memperhatikan tatanan bahasa yang akan digunakan dalam berkomunikasi. Gunakan bahasa yang formal namun tetap santai dan tidak kaku. Begitu pula dalam mendapatkan perhatian dari sasaran komunikasi sejak awal komunikasi. Membangkitkan perhatian pada sasaran komunikasi sangat penting agar komunikasi dapat terus berjalan dengan baik. Gunakan beberapa kalimat pada bagian awal yang akan membuat perhatian dari sasaran komunikasi langsung teralihkan dan berfokus pada topik pembicaraan. Hal ini sangat menentukan hasil dari komunikasi yang terjadi nantinya.

3) Metode yang digunakan

Faktor pendukung strategi komunikasi juga ditentukan oleh metode yang digunakan. Metode yang dimaksudkan disini adalah metode penyampaian. Terdapat banyak metode dalam strategi komunikasi agar berjalan dengan baik, misalnya metode *canalizing*. Metode *canalizing* adalah metode strategi komunikasi dimana inti dari pesan terus dikatakan berulang kali sehingga sasaran komunikasi akan terus merekam arah dari pembicaraan. Ada juga metode edukatif, dimana sasaran akan diajak untuk mengetahui kebenaran dari isi pesan tersebut dengan memaparkan beberapa fakta yang menarik. Dengan metode ini, sasaran komunikasi akan digiring untuk menyetujui isi dari komunikasi yang dilakukan karena telah melihat fakta yang telah dipaparkan sebelumnya.

4) Media komunikasi

Pemilihan media komunikasi juga sangat mempengaruhi strategi komunikasi. Ada banyak macam-macam media komunikasi yang bisa digunakan, misalnya proyektor. Proyektor biasanya sering digunakan sebagai media komunikasi dalam melakukan komunikasi bisnis. Dengan menggunakan proyektor sebagai media komunikasi, maka sasaran komunikasi akan jauh lebih

fokus dan jelas melihat isi pesan yang disampaikan. Media komunikasi yang dipilih juga sebaiknya sesuai dengan latar belakang dari sasaran komunikasi sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dari isi pesan yang disampaikan.

5) Situasi dan kondisi

Bukan hanya karena faktor dari sasaran dan media komunikasi yang digunakan saja, tapi juga bergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi. Situasi dan kondisi yang kondusif akan sangat mendukung strategi komunikasi yang dilakukan. Maka dari itu, pastikan ketika komunikasi akan dilakukan, semua berada pada situasi dan kondisi yang tepat. Buat suasana yang nyaman bagi sasaran komunikasi agar ia merasa jauh lebih mudah menerima isi pesan yang akan disampaikan

6) Komunikator

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada sasaran komunikasi. Peran komunikator dalam kesuksesan strategi komunikasi sangatlah penting. Ia akan sangat mempengaruhi jalannya strategi komunikasi yang digunakan. Setiap susunan strategi komunikasi harus dipelajari dengan baik agar ia bisa membawa sasaran komunikasi pada tujuan komunikasi yang sebenarnya. Pemilihan komunikator juga sangat penting. Tidak bisa sembarangan memilih komunikator yang juga bertugas sebagai eksekutor di lapangan. Komunikator yang dipilih haruslah yang benar-benar kompeten dalam menjalankan tugasnya ketika menyampaikan pesan. Pemilihan komunikator yang salah justru akan menggagalkan strategi komunikasi yang telah disusun dengan baik.

7) Daya tarik sumber

Faktor pendukung yang satu ini masih berhubungan dengan penyusunan strategi komunikasi. Sumber yang akan digunakan dalam melakukan strategi komunikasi haruslah memiliki daya tarik yang kuat bagi sasaran komunikasi. Hal ini diperlukan untuk menggiring pemikiran sasaran komunikasi agar menyetujui isi dari pesan yang disampaikan sehingga tujuan dari strategi komunikasi dapat tercapai. Sumber yang memiliki kredibilitas tinggi dan aktual menjadi salah satu ciri dari sumber yang menarik bagi sasaran komunikasi.

8) Kredibilitas sumber

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sumber dari strategi komunikasi yang disusun untuk sasaran komunikasi haruslah memiliki kredibilitas tinggi. Dengan tingkat kredibilitas tinggi, maka tentunya sasaran komunikasi akan jauh lebih mudah percaya pada setiap opini yang terdapat di dalam pesan. Kredibilitas sumber yang digunakan juga akan sangat mempengaruhi hasil dari strategi komunikasi yang dilancarkan.

9) Masyarakat sekitar

Bukan hanya menciptakan suasana yang nyaman bagi sasaran komunikasi, namun perhatikan juga masyarakat sekitar lokasi yang juga mempengaruhi jalannya strategi komunikasi. Pastikan strategi komunikasi yang akan dibahas tidak mendapatkan respons negatif atau bahkan penolakan dari masyarakat sekitar. Maka dari itu, setiap akan melakukan komunikasi, terutama bentuk komunikasi yang formal dan penting, pastikan terlebih dahulu kesiapan

dan kesediaan masyarakat sekitar dalam menerima suatu sesi komunikasi yang akan dilakukan.

10) Waktu

Keberhasilan strategi komunikasi yang telah disusun dengan baik juga bergantung pada waktu pelaksanaan rencana. Jika waktu yang digunakan untuk melaksanakan strategi komunikasi terlalu lama, maka kecil kemungkinan untuk bisa dimengerti oleh sasaran komunikasi. Lakukan komunikasi dengan waktu yang tidak terlalu panjang dan tidak pula terlalu pendek. Kenyamanan untuk melanjutkan komunikasi akan sangat bergantung pada waktu yang digunakan.

11) Fasilitas

Dalam menjalankan strategi komunikasi, fasilitas yang tersedia juga memberikan pengaruh pada kesuksesan rencana yang dijalankan. Memberikan fasilitas terbaik pada sasaran komunikasi saat melaksanakan rencana akan membuatnya lebih nyaman dan memudahkan tujuan dari strategi komunikasi tercapai.

12) Tampilan

Strategi komunikasi juga dipengaruhi oleh tampilan yang dilihat oleh sasaran komunikasi, baik tampilan dari lokasi terjadinya komunikasi maupun tampilan dari komunikator yang akan mengeksekusi strategi komunikasi. Tampilan yang akan dilihat sebaiknya rapi, bersih, dan menarik. Ingatlah bahwa komunikasi visual juga pastinya akan terjadi di dalam komunikasi yang akan dilakukan sehingga sangat penting untuk melakukan persiapan yang sangat detail.

Fakta Hambatan

1. Hambatan dari Proses Komunikasi
2. Hambatan fisik
3. Hambatan Semantik
4. Hambatan Psikologi

Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang didefinisikan sebagai masalah yang penting. Teori adalah konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (Sugiyono 2014: 55). Oleh karena itu, perlu dibangun kerangka teoritis yang memuat gagasan-gagasan pokok untuk memperjelas isu-isu yang beredar.

Pola Komunikasi yaitu:

1. Pola lingkaran
2. Pola Roda
3. Pola Rantai
4. Faktor Penghambat Dalam Komunikasi Organisasi
5. Faktor Pendukung Dalam Komunikasi Organisasi

METODE PENELITIAN

Dilihat dari pendekatan penelitian yang akan di gunakan adalah penelitian kualitatif, apa yang di maksud penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan wawancara secara terbuka untuk mendapatkan dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan juga perilaku individu (Timotius, Kris H.:2017) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian dilakukan dengan mengumpulkan kata-kata atau kalimat dari individu, buku, atau sumber lain. Pandangan ini menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian untuk melakukan eksplorasi dan memperkuat prediksi terhadap suatu gejala yang berlaku atas dasar data yang diperoleh di lapangan. Berdasarkan pandangan tersebut, maka penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari sebuah fakta kemudian memberikan penjelasan yang ditemukan di lapangan. Tipe penelitian menggunakan penelitian fenomenologi. Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan gambaran tentang komunikasi organisasi antara pimpinan dan staf di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang. Pada saat melakukan penelitian, peneliti akan memilih informasi yang sesuai dengan minat peneliti dimana penelitian ini akan menggunakan sumber data penelitian dengan cara pengumpulan data-data yang akurat dan tepat. Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Adapun menurut Sugiyono (2017) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah "sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif." Objek penelitian ini adalah Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa subyek peneliti yang akan menjadi informan yaitu bagian Kasi Pengelolaan Informasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang, di antaranya kabit, kepala seksi dan 2 pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Palembang adalah instansi yang berada d ibawah naungan Pemerintah Kota Palembang yang menyelenggarakan kewenangan urusan pemerintahan Komunikasi dan Informatika. Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan komunikasi dalam kehidupannya, artinya memerlukan orang lain atau kelompok untuk saling berinteraksi. Ia selalu hidup dengan manusia lainnya, selalu berkomunikasi untuk mengatur dan mengorganisasi kehidupannya. Hal ini menunjukkan proses komunikasi sebagai proses interaksi sosial antara individu dengan lainnya dengan kelompok masyarakat. Proses interaksi melahirkan berbagai komponen individu, kelompok masyarakat, dan organisasi dengan sistem kepemimpinan. Pola komunikasi orang pada Dinas Komunikasi dan Informatika melibatkan beberapa elemen yang mencakup berbagai aspek komunikasi, informasi, dan teknologi berikut

adalah beberapa elemen penting dalam komunikasi di Dinas Komunikasi Dan Informatika:

1. Komunikasi Internal
2. Komunikasi Eksternal
3. Pengelolaan Informasi
4. Penggunaan Teknologi
5. Pemberitaan dan Publikasi

Data dari hasil penelitian diperoleh dari teknik wawancara dan observasi langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian. Proses wawancara dilakukan kepada pihak yang dianggap repressif terhadap objek masalah dalam penelitian seperti pada Gambar 3. Dalam hal ini penulis menetapkan 5 informan untuk menyelesaikan rumusan masalah penelitian. Adapun informan yang berbagi informasi seperti dalam pembahasan sesuai dengan yang direncanakan pada tabel.





Gambar Proses Wawancara dan Dokumentasi

Sumber.Peneliti 2023

Pola lingkaran memungkinkan semua anggota bisa berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang anggota pun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan suatu persoalan. Berdasarkan dari hal tersebut peneliti kemudian mewawancarai Densyah RS selaku Kepala Bidang Layanan *E-Government* mengatakan bahwa:

Di Kantor KOMINFO kita selalu mengandalkan rapat dengan para staf setiap hari Senin, untuk membahas dan menanyakan di setiap bidang masalah apa yang sedang terjadi dikantor. Jadi kami menghilangkan egoisme hierarki demi tercapainya tujuan pelayanan prima dikantor KOMINFO, hal ini penting karena sebagai pelayan publik yang baik tentu dalam internal kantor harus ada komunikasi yang baik”

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas terkait dengan pola komunikasi lingkaran, dapat disimpulkan bahwa pada Kantor KOMINFO menggunakan pola komunikasi lingkaran di saat melakukan rapat koordinasi guna untuk mencapai tujuan organisasi yang disepakati bersama setiap bidang agar pekerjaan dapat terselesaikan tanpa adanya kesalahan. Kegiatan rapat dilakukan setiap minggu yaitu pada hari Senin. Selanjutnya wawancara dengan informan berikutnya yaitu Muhamad Sandi selaku Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi mengatakan bahwa;

”Berkaitan dengan pola komunikasi lingkaran, kita dikantor KOMINFO setiap pagi itu kami kalau memang sempat kami biasa melakukan semacam briefing singkat untuk semacam mengecek kehadiran meskipun ada absensi online. sehingga disitu jugal pada saat briefing kita berkomunikasi dan berinteraksi antara sesama”

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas terkait dengan pola komunikasi lingkaran, dapat disimpulkan bahwa setiap pagi dengan menyesuaikan kondisi sering dilaksanakan pertemuan singkat (*briefing*) sebagai wadah untuk berinteraksi sesama

pegawai sesaat sebelum memulai pekerjaan. Selanjutnya Aditia Yuda Pratama, salah seorang Pegawai di Kantor KOMINFO mengatakan bahwa:

"Yang saya alami terkait dengan pola komunikasi lingkaran ya seperti itu, setiap pegawai dapat melaksanakan komunikasi/bertukar informasi dalam sebuah pertemuan atau rapat yang dilakukan untuk bertukar pendapat dan saling berinteraksi seperti itu"

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas terkait dengan pola komunikasi lingkaran, dapat disimpulkan yang bersangkutan memahami bahwa pola komunikasi lingkaran dalam organisasi adalah saat setiap pegawai terlibat di dalam kegiatan pertemuan atau rapat-rapat tertentu untuk membahas permasalahan terkait dengan pekerjaan. Selanjutnya Pandu Sadewa, salah seorang Pegawai di Kantor KOMINFO mengatakan bahwa:

"Untuk pola komunikasi lingkaran, biasa melakukan semacam briefieng sehingga disitu juga pada kita berkomunikasi dan berinteraksi antara sesama"

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas terkait dengan pola komunikasi lingkaran, dapat disimpulkan bahwa setiap pagi dilaksanakan pertemuan singkat (*briefing*) sebagai wadah untuk berinteraksi. Berdasarkan dari beberapa keterangan informan berkaitan dengan pola komunikasi lingkaran, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pertemuan, rapat singkat yang dilaksanakan rutin oleh Kantor KOMINFO menjadi wujud adanya pola komunikasi melingkar antara pegawai karena masing-masing terlibat untuk berkomunikasi. Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang yang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya. Di Kantor KOMINFO juga menggunakan pola komunikasi roda yakni pemimpin memiliki kekuasaan penuh dalam mengontrol setiap pegawainya. Dalam hal ini dia satu-satunya orang yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Dalam model ini A bisa berkomunikasi dengan B, B dengan C, C dengan D dan seterusnya. Yang dimaksudkan dengan A B dan seterusnya itu bisa berupa kelompok organisasi, pemimpin, atau anggota kelompok dan organisasi itu. Berdasarkan dari hal tersebut peneliti kemudian mewawancarai Densyah RS selaku Kepala Dinas Layanan *E-Government* mengatakan bahwa:

"Kalau pola komunikasi seperti ini saya rasa kurang lebih hampir sama dengan pola komunikasi yang ada sebelumnya, namun lebih spesifik dalam berkomunikasi dengan pola rantai terbilang lebih personal (antara orang ke orang)"

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas terkait dengan pola komunikasi rantai, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi tersebut perwujudannya lebih kepada bagaimana penyebaran informasi dari orang per orang sehingga informasi yang disampaikan ke beberapa orang tertentu dapat menyebar secara keseluruhan. Selanjutnya berdasarkan dari penjabaran dan uraian hasil analisis data penelitian, peneliti kemudian dapat menyimpulkan bahwa memang sebaiknya di dalam suatu organisasi seyogyanya menggunakan satu pola yang dijadikan acuan dasar dalam menjaga pola berkomunikasi agar lebih efektif. Untuk organisasi sektor publik yang mengharapkan hadirnya efektivitas serta responsivitas yang baik dalam memberikan pelayanan sebaiknya menggunakan pola komunikasi Y dimana alur informasi yang

tersalurkan tidak hanya terpaku dan berasal dari pucuk pimpinan saja, melainkan setiap kepala yang membidangi bidang tertentu dapat memberikan komando serta arahan bagi para anggotanya agar dapat memaksimalkan pekerjaan dan tanggung jawab yang diberikan.

KESIMPULAN

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan komunikasi dalam kehidupannya, artinya memerlukan orang lain atau kelompok untuk saling berinteraksi. Ia selalu hidup dengan manusia lainnya, selalu berkomunikasi untuk mengatur dan mengorganisasi kehidupannya. Hal ini menunjukkan proses komunikasi sebagai proses interaksi sosial antara individu dengan lainnya dengan kelompok masyarakat. Proses interaksi melahirkan berbagai komponen individu, kelompok masyarakat, dan organisasi dengan sistem kepemimpinan. Pola Komunikasi Roda yakni pemimpin memiliki kekuasaan penuh dalam mengontrol setiap pegawainya. Dalam hal ini dia satu-satunya orang yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Sedangkan Pada pola Y ini memiliki pemimpin yang jelas, tetapi anggota lainnya berperan sebagai pemimpin kedua. Dalam konteks meningkatkan kinerja pegawai, ketiga pola ini memberikan pendekatan yang beragam untuk memastikan komunikasi yang efektif, pengambilan keputusan yang akurat, serta kolaborasi yang kuat di seluruh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang. Dengan demikian, setiap anggota tim memiliki peran penting dalam menggerakkan organisasi menuju tujuan bersama.²⁾ Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan analisis peneliti, memperlihatkan bahwa faktor yang menjadi pendukung ialah (1) Hubungan yang personal, (2) Media Komunikasi, (3) Waktu dan (4) Fasilitas. Sedangkan yang menjadi faktor yang menjadi penghambat pola komunikasi organisasi lebih mengarah kepada hal (1) Hierarki dalam organisasi, dan (2) Hubungan yang tidak terlalu personal. Dengan memahami faktor-faktor ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang dapat mengambil langkah-langkah untuk memaksimalkan faktor pendukung dan mengatasi hambatan dalam penerapan pola komunikasi organisasi, sehingga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan kinerja keseluruhan tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprini, Ita. (2014). *Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Staff PT. PP. London Sumatra Indonesia, Tbk. Palangisang Estate Di Desa Tamatto Kecamatan Ujung Loe Kabupaten Bulukumba*, <https://pakarkomunikasi.com> komunikasi. Diakses pada 22 Januari 2020, pukul 23:48 WIB
- Dewita, A. (2020). *Pemanfaatan Buzzer Sebagai Medial Promosi untuk Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Dinas Pariwisata Provinsi Riau (Issue 4068)*.

- Don F.Faules. (2015). Komunikasi Organisasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fikse, John. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Hardjana, Andre. (2016). Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Hardjana, Andre. (2016). Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara Arni, Muhammad. 2014. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hardjana, Andre. (2016). Komunikasi Organisasi, Straegi dan Kompetesi. Jakarta: PT
- Indriani, D., Rusmiwari, S., & Suprojo, A. (2017). Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat: Studi Kasus Izin Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Di Kantor Badan Penanaman Modal Kota Batu. *Jurnall IlmuSosiial Dan Ilmu Politik UniversitalTribhuwalnal Tungga Idewi*, 6(2), 137188.

Kompas Media Nusantara.
- Liliweri, Alo, (2004), Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya, Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Liliwery, Alo. (2014). Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT. Bumi Rajawali Pers.
- R. Wayne Pace, Don F. Faulos, (2006). Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan (editor Deddy Mulyana, MA, Ph.D.), PT Remaja Rosdakarya Bandung 2006.
- Ruliana, Poppy. (2016). Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus. Jakarta: Rosdakarya
- Saravanakumar, A. (2019). Unit 1 organisational behaviour. *Orgalnizaltionall Behalviour, Jalnualry2019*, 53.
- Subkhi, Akhmad. (2013). Pengantar Teori & Perilaku Organisasi. Jakarta: PrestasiPustaka.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods) Edisi Keempat. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2014). Perilaku Dalam Organisasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Zamrodah, Y. (2016). 15(2), 1-23.